



Klimaschutz is(s)t Mehrweg

Abschlussbroschüre zum Projekt

Juli 2022

Mit der Kampagne „Essen in Mehrweg“ wurde die Einführung und Verbreitung von Mehrweglösungen in der Gastronomie unterstützt. Sie wurde im Rahmen des Projekts „Klimaschutz is(s)t Mehrweg“ gemeinsam durchgeführt von LIFE e.V., BUND – Landesverband Bremen und ECOLOG-Institut. www.esseninmehrweg.de

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt wurde umgesetzt von



0 Einleitung	3
1 Informationen zu Takeaway-Mehrweglösungen bereitstellen	4
1.1 Hintergrund und Zielsetzung	4
1.2 Vorgehensweise	4
1.3 Ergebnisse	4
1.4 Materialien.....	5
2 Gastronomie für Mehrweglösungen gewinnen.....	6
2.1 Hintergrund und Zielsetzung	6
2.2 Vorgehensweise	6
2.3 Ergebnisse.....	7
2.3.1 <i>Annahme und Befüllung von kund*inneneigenen Mehrweggefäßen (Berlin)</i>	7
2.3.2 <i>Bereitstellung von Mehrweggefäßen durch die Betriebe (Berlin und Bremen)</i>	7
2.3.3 <i>Mehrweg in Parks (Berlin)</i>	8
2.4 Materialien.....	9
3 Mehrwegnachfrage durch die Kundschaft steigern	10
3.1 Hintergrund und Zielsetzung	10
3.2 Vorgehensweise	10
3.3 Ergebnisse.....	11
3.4 Materialien.....	12
4 Mehrwegidee verbreiten.....	13
4.1 Hintergrund und Zielsetzung	13
4.2 Vorgehensweise	13
4.3 Ergebnisse.....	13
4.4 Materialien.....	14
Impressum.....	15

0 Einleitung

Der Trend zu Takeaway-Konsum hat in den letzten Jahren zugenommen, noch einmal verstärkt durch die Corona-Pandemie. Das gilt auch für die Nutzung von Lieferdiensten. Damit ist der Verbrauch von Einwegverpackungen deutlich gestiegen. Produktion, Transport und Entsorgung sind mit Belastungen für Klima und Umwelt verbunden. Die Takeaway-Einwegverpackungen landen zudem oft als Müll auf Straßen und Plätzen, in Grünanlagen und Parks. Das führt zu hohen Säuberungs- und Entsorgungskosten. Problematisch sind Reste von Verpackungen, die Böden, Gewässer und Meere belasten. Eine Antwort auf die Einwegproblematik ist die Nutzung wiederverwendbarer Gefäße für Takeaway- und gelieferte Speisen. Der Umstieg auf Mehrweglösungen bzw. die Einführung alternativer Mehrwegangebote ist allerdings nicht immer leicht. Es gibt ernstzunehmende Gründe für Gastronomiebetriebe, an Einwegverpackungen festzuhalten. Mögliche Hemmnisse sind Überlastung bzw. fehlende Zeit, sich mit Mehrwegoptionen auseinanderzusetzen sowie Bedenken bezüglich Mehraufwand und -kosten. Ein Problem ist auch die geringe Nachfrage, weil Einwegverpackungen aus Sicht vieler Kund*innen bequemer sind.

In den letzten Jahren hat sich allerdings einiges getan, um die Rahmenbedingungen für die Einführung von Mehrwegangeboten zu verbessern und Gastronomiebetriebe dabei zu unterstützen, Mehrwegangebote einzuführen und diese gegenüber der Kundschaft zu bewerben. Nicht nur der Gesetzgeber ist mit der Änderung der rechtlichen Vorgaben aktiv geworden. Es haben sich auch viele überregionale, regionale und lokale Initiativen mit dem Ziel gegründet, um die Mehrwegidee voranzubringen. Mittlerweile gibt es zudem vermehrt Aktivitäten auf kommunaler Ebene, der Vermüllung durch Einwegverpackungen entgegenzuwirken. Nicht zuletzt hat sich das Angebot an Mehrwegverpackungen vervielfacht und es sind verschiedene Unternehmen auf dem Markt, die Gastronomiebetriebe mit der Bereitstellung von Mehrweggefäßen und Dienstleistungen rund um das Mehrwegangebot unterstützen.

Zu Beginn des Projekts ‚Klimaschutz is(s)t Mehrweg‘ im Jahr 2019 sah das noch anders aus. Zwar gab es bereits erste Ansätze für Mehrweglösungen auch für Takeaway-Essen. Die meisten Aktivitäten zielten aber auf den Einsatz von wiederverwendbaren Bechern für To-go-Getränke. Ziele des Projekts waren,

- Wissenslücken zu schließen und Informationen zur Umsetzung von Mehrweglösungen für Takeaway-Essen bereitzustellen,
- die Einführung von Mehrwegangeboten für verschiedene Verkaufssituationen und unterschiedliche Konsument*innengruppen in den Modellregionen Berlin und Bremen zu erproben,
- Wege zur Ansprache der Kund*innen und zur Steigerung der Mehrwegnachfrage zu testen und dazu beizutragen,
- die Mehrwegidee zu verbreiten, u. a. durch die Bereitstellung von Informations- und Werbematerialien zu Mehrweglösungen und den Aufbau eines Netzwerks für Mehrweg-Akteur*innen für den Austausch von Ideen und Erfahrungen.

In der vorliegenden Abschlussbroschüre sind die Projektergebnisse zusammengestellt. Sie ist nach den vier Zielsetzungen des Projekts gegliedert. Im **ersten Kapitel** „Informationen zu Takeaway-Mehrweglösungen bereitstellen“ geht es um die Grundlagen für die Etablierung von Mehrwegangeboten in der Takeaway-Gastronomie, die in einer Studie zusammengefasst und für die Entwicklung von Maßnahmen im Rahmen der Kampagne ‚Essen in Mehrweg‘ genutzt wurden. Im **zweiten Kapitel** „Gastronomie für Mehrweglösungen gewinnen“ wird beschrieben, wie die Zusammenarbeit mit gastronomischen Betrieben im Projekt verlief und welche Hemmnisse es bei der Einführung von Mehrwegangeboten gab. Das **dritte Kapitel** „Mehrwegnachfrage durch die Kundschaft steigern“ gibt Aufschluss darüber, was auf Seiten der Gastronomiebetriebe und durch Multiplikator*innen dafür getan werden kann, Takeaway-Kund*innen zur Mehrwegnutzung zu motivieren. Abschließend geht es im **Kapitel vier** „Mehrwegidee verbreiten“ darum, wie ein Mehrweg-Netzwerk Synergien schaffen kann und wie die Sichtbarkeit von Mehrwegangeboten (bundesweit) in allen Zielgruppen erhöht werden kann.

Einleitend werden in jedem Kapitel Hintergrund und Zielsetzung sowie Vorgehensweise beschrieben. Es folgt jeweils eine Darstellung der Ergebnisse. Die wichtigsten im Projekt gewonnenen Erkenntnisse sind in Kernbotschaften zusammengefasst. Am Kapitelende sind die Materialien aufgeführt und verlinkt, die im Rahmen des Projekts erstellt und eingesetzt wurden. Sie stehen als kostenlose Downloads auf dem Webportal www.esseninmehrweg.de zur Verfügung.

Das Team des Projektverbunds, bestehend aus LIFE Bildung Umwelt Chancengleichheit e.V., BUND Bremen e.V. und ECOLOG-Institut für sozial-ökologische Forschung und Bildung, wünscht Ihnen viel Spaß bei der Lektüre unserer Abschlussbroschüre. Wir hoffen, damit weiter zur Verbreitung der Mehrwegidee und zur Verankerung von Mehrwegangeboten in der Takeaway-Gastronomie beitragen zu können. Gedankt sei allen Mehrweg-Akteur*innen, die zur Verbeitung der Wissens- und Erfahrungsbasis und zum Gelingen unseres Projekts beigetragen haben.



© LIFE e.V.

1 Informationen zu Takeaway-Mehrweglösungen bereitstellen

1.1 Hintergrund und Zielsetzung

Zu Beginn des Projekts ‚Klimaschutz is(s)t Mehrweg‘ im Sommer 2019 gab es beim Takeaway-Essen anders als im Coffee-to-go-Bereich nur vereinzelte Ansätze für den Einsatz von Mehrwegverpackungen in der Gastronomie, sowohl bezogen auf das Mitbringen eigener Gefäße durch die Kund*innen als auch auf das Angebot von Mehrwegbehältern durch Betriebe. Es war auch erst ein Poolsystem-Unternehmen mit Aktivitätsschwerpunkt im Raum Stuttgart auf dem deutschen Markt. Ein Grund dafür, dass Mehrweglösungen im Takeaway-Bereich noch nicht aktiv vorangetrieben wurden, lag sicherlich darin, dass die Ausgabe von Speisen in Mehrweggefäßen deutlich aufwändiger ist als die von Getränken. So erfordern verschiedene Speisen unter Umständen verschiedene Gefäßformen und/oder -größen und die Handhabung ist, auch unter dem Gesichtspunkt der Lebensmittelhygiene, komplizierter. Hinzu kam, dass

- es wegen der geringen Verbreitung kaum Vorbilder für die Einführung von Mehrwegangeboten im Takeaway-Bereich gab, weder auf der betrieblichen noch auf der überbetrieblichen/kommunalen Ebene,
- Wissen hinsichtlich der verschiedenen Mehrwegoptionen und Geschäftsmodelle fehlte,
- es auf Seiten der Gastronomiebetriebe viele offene Fragen hinsichtlich der betriebsorganisatorischen Machbarkeit von Mehrweglösungen und der Einhaltung hygienerechtlicher Vorgaben gab,
- Unsicherheiten hinsichtlich der ökologischen und betriebswirtschaftlichen Bewertung von Mehrweglösungen bestanden und
- es kaum Nachfrage nach Takeaway-Essen in Mehrweggefäßen gab.

Im Rahmen des Projekts stellte sich die Aufgabe, Informationen zu den genannten Problemen und Fragen zusammenzustellen und für Mehrweg-Akteur*innen aufzubereiten. Damit sollten die Grundlagen für den Aufbau von Handlungskompetenzen zu Mehrweg-Takeaway-Lösungen, eine fundierte informierende Öffentlichkeitsarbeit, Beratungen und Schulungen geschaffen werden, mit dem Ziel, Mehrweglösungen weiterzuentwickeln und zu verbreiten.

1.2 Vorgehensweise

Für die Erarbeitung der Grundlagen für die Verbreitung von Takeaway-Mehrweglösungen wurden

- wissenschaftliche Studien zum Abfallaufkommen, zu Ökobilanzen bzw. Lebenszyklusanalysen, zur Machbarkeit und Akzeptanz von Mehrweglösungen im Takeaway- und To-go-Bereich ausgewertet,
- der abfall- und hygienerechtliche Rahmen für den Einsatz von Ein- und Mehrweggefäßen aufgearbeitet,

- Gespräche mit Akteur*innen, u. a. aus Unternehmen, die Poolssysteme betreiben, geführt,
- Verantwortliche und Beschäftigte sowie Kund*innen von Gastronomiebetrieben mit Takeaway-Angeboten **befragt**,
- kommunale/lokale Aktivitäten zur **Förderung von Mehrwegalternativen** für Takeaway recherchiert und
- Befragungen ausgewählter Kommunen und lokaler Initiativen zu (geplanten) Aktivitäten, Erfahrungen, Hemmnissen und Unterstützungsbedarfen im Mehrwegbereich durchgeführt.

1.3 Ergebnisse



Auf der Basis der Befunde und Erkenntnisse aus den Analysen wurde als Grundlage für die Projektarbeit und darüber hinaus für die Zielgruppe der Mehrweg-Akteur*innen in Kommunen, Verbänden und Initiativen eine Studie mit den folgenden Inhalten erstellt:

1. Einwegverpackungen in der Takeaway-Gastronomie: Verbrauch in Deutschland, verwendete Materialien, ökologische und soziale Probleme, rechtliche Rahmenbedingungen
2. Bewertung der Nachhaltigkeit von Takeaway-Verpackungen: Lebensweganalysen von Takeaway-Gefäßen und -Verpackungen, Methoden zur Bewertung von Produkten unter Nachhaltigkeitsaspekten, ökologische Bewertung von Takeaway-Verpackungen
3. Mehrwegsysteme in der Takeaway-Gastronomie: Mehrwegoptionen für den Takeaway-Bereich, Chancen und Hemmnisse für Mehrweglösungen in der Takeaway-Gastronomie, Vorgaben der Lebensmittelhygiene für den Einsatz von Mehrweggefäßen
4. Ansätze zur Verbreitung von Mehrwegangeboten in der Takeaway-Gastronomie: Förderung des Mehrwegangebots und der Nachfrage

Die **Studie** wurde kontinuierlich fortgeschrieben und zum Ende des Projekts noch einmal überarbeitet. Zudem wurde eine **Kurzfassung** der Studie erstellt.

Zu einzelnen Themen wurden für Multiplikator*innen und zum Teil auch für die Zielgruppe der Gastronom*innen zusätzlich zur Studie Zusammenfassungen, **Factsheets** und andere Arbeitshilfen erstellt. Dazu gehörten u. a. Steckbriefe zu deutschlandweit agierenden Poolsystemanbietenden. Da sich das Mehrweg-Poolsystem-Angebot seit 2020 kontinuierlich vervielfältigt hat und sich die Konditionen bei bestehenden Systemen immer wieder veränderten, wurde im Herbst 2021 ein Fragebogen zu den **wesentlichen Systemmerkmalen** online gestellt, der von den Anbietenden auszufüllen und ggf. zu aktualisieren war. Die Ergebnisse wurden in einer **schematischen Übersicht** zusammengefasst. Die erstellten Materialien wurden zum Teil auch bei der Beratung von Gastronomiebetrieben im Rahmen der Erprobungsphase eingesetzt (s. **Kap. 2**).

Kernbotschaften

- Die Verwendung von Mehrweggefäßen kann dazu beitragen, Ressourcen einzusparen und Abfälle zu vermeiden.
- Die Klimabilanz von Mehrweggefäßen ist verglichen mit Einwegverpackungen aus Kunststoff oder Aluminium in der Regel nach 10 bis 15 Umläufen positiv. Um auch andere Umweltbelastungen zu minimieren, sind für Mehrweggefäße möglichst viele – mindestens aber 100 – Nutzungen anzustreben.
- Einwegverpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen (wie Weizenkleie oder Palmenblättern) sind keine sinnvolle Alternative zu Mehrwegverpackungen.
- Der Einsatz von Mehrweggefäßen zahlt sich in der Regel nicht nur ökologisch, sondern auch betriebswirtschaftlich aus.
- Sowohl die Nutzung kund*inneneigener Gefäße als auch die Bereitstellung von Gefäßen durch den Betrieb sind hygienerechtlich erlaubt und, bei Einhaltung der entsprechenden Regeln, unbedenklich.
- Um auf Seiten der Gastronomie ‚Mehrweg‘ als neuen Standard zu etablieren, ist es notwendig, die betriebliche Machbarkeit von Mehrwegangeboten aufzuzeigen und den Aufwand zur Einführung von Mehrwegangeboten möglichst gering zu halten (s. **Kap. 2**).
- Mit Blick auf die Kundschaft geht es darum, die Motivation zur Nutzung von Mehrweggefäßen zu fördern, die Sichtbarkeit von Mehrwegangeboten zu erhöhen und deren Nutzung so bequem wie möglich zu machen (s. **Kap. 3**).



1.4 Materialien

Die im Kapitel erwähnten und weitere Materialien sind unter diesen Links als kostenlose Downloads verfügbar:

<https://esseninmehrweg.de/hintergrundstudie/>

- Kurzfassung Hintergrundstudie (Stand 07/2022)
- Komplette Hintergrundstudie (Stand 07/2022)

<https://esseninmehrweg.de/mehrweg-poolsysteme-fuer-takeaway-essen-in-deutschland/>

- Factsheet ‚Mehrweglösungen für Takeaway-Essen‘ (Stand: 01/2022)

<https://esseninmehrweg.de/ergebnis-befragung-takeaway-konsum/>

- Zusammenfassung ‚Ergebnisse einer Befragung zum Takeaway-Konsum in Berlin und Bremen‘ (Stand 09/2020)

<https://esseninmehrweg.de/materialien/>

- Auflistung Fördermöglichkeiten Kommunen (Stand 02/2022)

2 Gastronomie für Mehrweglösungen gewinnen

2.1 Hintergrund und Zielsetzung

Wie können Gastronomiebetriebe für die Einführung von Mehrwegangeboten gewonnen werden? Welche Herausforderungen gibt es bei der Etablierung von Mehrwegangeboten? Wie gelingt die erfolgreiche Einführung von Alternativen zu Einwegverpackungen in Gastronomiebetrieben? Kann die Nutzung von Mehrwegangeboten durch eine übergreifende Logistik vereinfacht werden? Um diese Fragen zu klären, wurden im Rahmen des Projekts „Klimaschutz is(s)t Mehrweg“ Gastronomiebetriebe bei der Einführung von Mehrwegangeboten begleitet.

Ziel der Erprobung war es,

- Mehrwegalternativen in der Gastronomie bekannt zu machen,
- Gastronomiebetriebe bei der Einführung und Etablierung zu unterstützen, u. a. indem Mehrwegangebote sichtbarer gemacht werden (s. [Kap. 3](#)), und damit dazu beizutragen,
- den Verbrauch von Verpackungen und die Emissionen an Treibhausgasen zu verringern.

Im Zuge der Begleitung von gastronomischen Betrieben rund um den Berliner Mauerpark ging es außerdem um die Frage, wie ein Mehrwegsystem an einem stark frequentierten Park aussehen könnte, mit dem sich der dortigen Vermüllung durch Einwegverpackungen entgegenwirken ließe.

2.2 Vorgehensweise

In Berlin und Bremen wurden gastronomische Betriebe mit unterschiedlichen Größen, Angeboten und Kund*innenprofilen über einen Zeitraum von sechs Monaten bei der Einführung und Etablierung verschiedener Mehrwegangebote begleitet. Erprobt wurden zum einen die Befüllung von Gefäßen, die von Kund*innen mitgebracht werden (Individualsystem, nur in Berlin), zum anderen die Nutzung von Mehrweggefäßen, die durch den jeweiligen Gastronomiebetrieb bereitgestellt werden (Poolsystem, in Bremen und Berlin).

Die Ansprache der Betriebe erfolgte über

- einen Presse-Aufruf zur Beteiligung an einer Erprobungsphase,
- direkte Kontaktaufnahme mit ausgewählten Gastronomiebetrieben per Telefon, E-Mail oder Aufsuchen von Gastronomiebetrieben in einem Quartier und
- Informationsveranstaltungen zu Mehrwegsystemen und deren Nutzung.

Mit interessierten Gastronomiebetrieben wurden ausführliche persönliche Gespräche vor Ort geführt.

Im Mittelpunkt standen mögliche Bedenken gegenüber der Nutzung von Mehrweggefäßen und -systemen, vor allem hinsichtlich befürchteter Mehrkosten im Falle der Beteiligung an einem Poolsystem und Unsicherheiten in Bezug auf die Einhaltung von Hygienevorgaben beim Einsatz kund*inneneigener oder bereitgestellter Gefäße. Außerdem dienten die Gespräche bei an der Beteiligung an einem Poolsystem interessierten Gastronomiebetrieben der Unterstützung bei der Auswahl des für sie „richtigen“ Mehrwegsystems. Dazu wurden im Projekt erstelltes Informationsmaterial zu Hygienefragen (bei [mitgebrachten Gefäßen](#) und [Poolsystemen](#)), eine [Übersicht zu Mehrweg-Poolsystem-Anbietenden](#) und Muster-Gefäßsets der verschiedenen Anbietenden eingesetzt.

Während der sechsmonatigen Erprobungsphasen wurden

- die Betriebe zu Abläufen und Hygienefragen beraten und ihre Erfahrungen bei der Einführung von Mehrwegangeboten in begleitenden Gesprächen aufgenommen,
- Hinweise zur Einweisung des Personals gegeben,
- den Betrieben [Materialien zur Öffentlichkeitsarbeit](#) (Plakate [DIN A3](#) und [DIN A2](#), [Türaufkleber](#), Beach-Flags, Thekenaufsteller in zwei Versionen: „[Wir befüllen Mehrweggefäße!](#)“ und „[Takeaway?](#)“) zur Verfügung gestellt und Tipps zur Bewerbung des Mehrwegangebots gegeben (s. [Kap. 3](#)),
- die Betriebe in andere öffentlichkeitswirksame Aktionen des Projekts eingebunden (s. [Kap. 3](#)),
- im Zuge der [Verpackungsnovelle](#) zur kommenden Mehrwegangebotspflicht informiert (Infoblatt auf [deutsch](#), [englisch](#), [arabisch](#) und [vietnamesisch](#), [FAQ](#)),
- gemeinsam mit den Betrieben Lösungen zur Verbesserung der Mehrwegnutzung entwickelt (s. [Kap. 3](#)) und
- im Falle der Teilnahme an einem Poolsystem die Kosten für die Nutzung übernommen.

Am jeweiligen Ende der Erprobungsphasen erfolgte ein ausführliches Abschlussgespräch anhand eines standardisierten Gesprächsleitfadens.

In Berlin wurden im Umfeld des Mauerparks zusätzlich zur Begleitung von Betrieben bei der Erprobung von Poolsystemen Handlungshinweise zum Thema „[Mehrweg im Park](#)“ erarbeitet. Hierbei gab es eine Zusammenarbeit mit der Bezirksverwaltung Berlin-Pankow und es wurden interessierte Akteur*innen beteiligt. Der Schwerpunkt lag auf Möglichkeiten zum Aufbau einer übergeordneten Mehrweginfrastruktur. Im Umfeld des Mauerparks wurden auch verschiedene an die Öffentlichkeit gerichtete Mehrweg-Werbeaktionen durchgeführt (s. [Kap. 3](#)).

2.3 Ergebnisse

2.3.1 Annahme und Befüllung von kund*innen-eigenen Mehrweggefäßen (Berlin)



Die Betriebsakquise im Sommer/Herbst 2020 wurde durch die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie erschwert, die für viele Betriebe große, auch ökonomische, Unsicherheiten mit sich brachten. Hinzu kam die schwere Erreichbarkeit einiger Gastronom*innen. Oft waren mehrere Besuche notwendig. Insgesamt konnten 23 gastronomische Betriebe unterschiedlicher Größe mit einem breiten kulinarischen Angebot (u. a. arabisch, asiatisch, deutsch, indisch, italienisch, mexikanisch, polnisch, türkisch) für die Erprobung des Individualsystems gewonnen werden. Vertreten waren Restaurants, Cafés mit Mittagsangebot, Imbisse, eine Fleischerei mit täglich wechselnden Suppen, ein Bioladen mit Mittagstisch und eine Fastfood-Kette. Auch die an der Erprobungsphase teilnehmenden Betriebe waren von den Auswirkungen der Maßnahmen in Folge der Corona-Pandemie betroffen: So schlossen einige Betriebe zeitweise, weil die Kundschaft ausblieb, andere gaben ihr Geschäft ganz auf. Außerdem hat das öffentlich diskutierte Thema Hygiene sowohl die Betriebe als auch die Kundschaft im Umgang mit mitgebrachten Mehrweggefäßen stark verunsichert. Die hygienerechtlichen Bedenken konnten aber durch eine Hygieneschulung und begleitende anschauliche Materialien zum Befüllen der mitgebrachten Gefäße ausgeräumt werden.

Die Rückmeldungen der teilnehmenden Gastronomiebetriebe waren im Großen und Ganzen positiv. Die Einführung lief größtenteils problemlos, was auch an der Beratung zu Ablauf und Hygieneregeln (kontaktlose ‚Tablett-Lösung‘) von Seiten des Projekts lag. Vor allem in Betrieben mit einer an ökologisch erzeugten und veganen Lebensmitteln interessierten Kundschaft war die Resonanz gut. Bei Betrieben mit überwiegend Laufkundschaft lief es erwartungsgemäß schlechter als bei denen, die einen festen Kund*innenstamm haben. Auch die Art der Speisen spielte eine Rolle: Generell hatten Gastronomiebetriebe mit Speisen, die gut aus der Hand gegessen werden können, wie Döner oder

Falafel, weniger Kund*innen, die das Mehrwegangebot annahmen, als Betriebe, die Mittagsmenüs bzw. komplexere Speisen ausgeben. Mehrere Gastronomiebetriebe berichteten von Kund*innen, die ankündigten, beim nächsten Mal ein eigenes Gefäß mitbringen zu wollen, dies dann aber doch nicht getan hätten. Hürden bei der Einführung auf Seiten der Betriebe waren mangelnde Informationsweitergabe im Team insbesondere bei häufig wechselnden Mitarbeitenden, Sprachbarrieren und, wie schon erwähnt, Hygienebedenken. Den Sprachproblemen konnte teilweise durch engagierte vermittelnde Mitarbeitende begegnet werden. Bei einigen Betrieben waren die Erwartungen zu groß, was zu Enttäuschung führte, wenn die Kund*innen nicht (gleich) mitmachte. Hier waren die regelmäßigen Gespräche entscheidend, um die Betriebe zu motivieren, das Angebot weiter aufrechtzuerhalten. Das individuelle Engagement zum Thema Mehrweg seitens der Betreibenden und der Mitarbeitenden – meist aus eigenen Wertvorstellungen heraus – war ein entscheidender Faktor für einen erfolgreichen Verlauf der Erprobungsphase.

2.3.2 Bereitstellung von Mehrweggefäßen durch die Betriebe (Berlin und Bremen)



Auch die Akquise von Betrieben für die Erprobung von Poolsystemen war aufgrund der Unsicherheiten im Zuge der Corona-Pandemie erschwert. Diese hat viele Änderungen in den Betrieben erzwungen, was sich ebenso wie die ökonomischen Folgen des eingeschränkten Betriebs negativ auf die Offenheit für Neuerungen auswirkte. Mangelndes Interesse, fehlende Zeit sowie Unsicherheiten aufgrund der Kontaktbeschränkungen im Zuge der Corona-Pandemie waren die häufigsten Gründe für eine fehlende Bereitschaft zu einem Erstgespräch.

Von den Betrieben, die das Angebot eines ersten Beratungsgesprächs wahrgenommen hatten, haben viele an der Erprobungsphase teilgenommen. Gründe, sich gegen eine Teilnahme zu entscheiden, waren:

- vermutete Probleme mit der Einhaltung der geltenden Hygienevorschriften,



- ein befürchteter höherer Arbeitsaufwand,
- angenommene Mehrkosten bei der Einführung und v. a. Weiterführung eines Mehrwegsystems sowie
- die nicht vollständige Zufriedenheit mit den auf dem Markt verfügbaren Mehrweg-Poolsystemen bzw. den angebotenen Mehrweggefäßen.

Auch wenn einige Betriebe nicht für eine Teilnahme gewonnen werden konnten, hatten die Erstgespräche immerhin den Effekt, dass auch diese über Mehrwegalternativen, Hygienebestimmungen in Bezug auf Mehrwegangebote, neue gesetzliche Vorgaben zum Einwegkunststoffverbot und zur Mehrwegangebotspflicht informiert wurden.

Insgesamt haben in Bremen 33 und in Berlin 17 Gastronomiebetriebe an der Erprobung teilgenommen (inklusive Betriebe um den Mauerpark), es wurden dabei sieben verschiedene Mehrweg-Poolsysteme ausprobiert. Neben kleinen und größeren Restaurants mit unterschiedlicher kulinarischer Ausrichtung, Cafés mit Mittagstischangebot sowie öffentlichen und betrieblichen Kantinen haben auch ein Bio-Laden mit Unverpackt-Sortiment sowie eine Supermarkt-Fleischerei mit Mittagstischangebot die Vor- und Nachteile von Mehrweg-Poolsystemen getestet.

Es hat sich gezeigt, dass die Einführung eines Mehrweg-Poolsystems in den meisten Betrieben reibungslos geklappt hat. Beigetragen hat dazu auch die gute Unterstützung von Seiten der Systemanbietenden. Die Einweisung des Personals war meist unkompliziert. Probleme gab es bei einer hohen Fluktuation des Personals oder bei geringen Deutschkenntnissen der Mitarbeitenden. Zum Teil waren Änderungen in den Arbeitsabläufen nötig, z. B. wegen des zusätzlichen Platzbedarfs für die Lagerung der Mehrwegbehälter sowie im Hinblick auf die Rücknahme der benutzten Behälter und die Registrierung der ausgegebenen Behälter über die Kasse oder die App. Viele der beteiligten Betriebe haben die Nutzung eines Poolsystems nach der Erprobungsphase beibehalten. Für einige Betriebe war der Mehraufwand durch die Nutzung des Poolsystems (Annehmen, Spülen, Trocknen, Aufbewahren, Scannen bei der Ausgabe) vor allem im Verhältnis zu

den geringen Nutzungszahlen allerdings zu hoch. Zudem sammelten sich bei einigen die Behälter anderer an dem Poolsystem beteiligter Betriebe, da die Behälter hier zwar vermehrt zurückgegeben, aber weniger Speisen mitgenommen wurden oder es werden Behälterformen eines Systems zurückgegeben, die der Betrieb für seine Speisen nicht benötigt. Die Bereitschaft der Kundschaft, das Mehrwegangebot auszuprobieren, war sehr unterschiedlich. Während einige Kund*innen offen für die Nutzung von Mehrwegbehältern waren, mussten andere immer wieder auf das Mehrwegangebot hingewiesen werden oder lehnten die Nutzung einer App oder das Zahlen eines Pfandes für Mehrwegbehälter ab. Oftmals war es vor allem die Stammkundschaft, die das Angebot regelmäßig in Anspruch nahm.

Welche Möglichkeiten es gibt, die Mehrwegnachfrage auf Seiten der Kundschaft zu fördern, wird in [Kap. 3](#) näher beschrieben.

2.3.3 Mehrweg in Parks (Berlin)



Der Austausch mit der Berliner Bezirksverwaltung ergab, dass die Nutzung eines einheitlichen Mehrweg-Poolsystems durch die anliegenden gastronomischen Betriebe wünschenswert wäre. Dadurch würde die Anzahl der Rückgabemöglichkeiten erhöht, was die Handhabung für die Kund*innen vereinfachen und somit die Akzeptanz von Mehrwegangeboten steigern würde. Es hat sich allerdings gezeigt, dass dies in der Praxis schwer realisierbar ist, da die gastronomischen Betriebe u. a. unterschiedliche Bedarfe hinsichtlich der benötigten Behälterformen für die angebotenen verschiedenartigen Speisen haben. Auch in Bezug auf die Kostenstruktur und die Art des Systems (app- oder pfandbasiert) gab es unterschiedliche Präferenzen. Vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Ansprüche wurde überlegt, wie die Rückgabe auch bei Vorhandensein mehrerer Mehrweg-Poolsysteme erleichtert werden kann. Diskutiert wurde eine zentrale Rückgabe- und Spülstelle im Mauerpark. Hier könnten Konsument*innen, die zuvor ihr Essen in Mehrweggefäßen aus einem der umliegenden Gastronomiebetriebe mit in den Park gebracht haben, die Behälter aller verwendeten Poolsysteme nach dem Essen

einfach zurückgeben. Die Annahme könnte tags und nachts durch Automaten ermöglicht werden. Personal würde die Behälter vor Ort reinigen und sortieren, bevor diese dann mit einem Lastenrad in die anliegenden gastronomischen Betriebe zurückgebracht würden. Mit zu Bedenken ist bei diesem Konzept das Pfandmanagement (die Kund*innen bekommen das gezahlte Pfand bei Rückgabe zurückerstattet) bzw. die Erfassung der Behälter bei appbasierten Systemen. Hierzu wurden im Projekt erste Gespräche mit Automatenherstellern und Systemanbietenden geführt. Der Austausch wurde von der Bezirksverwaltung fortgesetzt. Momentan ist eine zentrale Rückgabestelle für Mehrwegbecher seitens der Bezirksverwaltung in der umsetzenden Planung.

Kernbotschaften

- Im ersten Schritt sind zur Kontaktaufnahme Anrufe bei den Gastronomiebetrieben sinnvoll.
- Wichtig sind persönliche Gespräche und Beratung bestenfalls direkt vor Ort und die Bereitstellung gut verständlicher Informationen.
- Eine finanzielle Unterstützung, z. B. die Übernahme von Kosten für die Einführung eines Poolsystems, ist ein guter Anreiz, Gastronomiebetriebe für eine Mehrwegnutzung zu gewinnen, allerdings nicht immer entscheidend für die Gewinnung.
- Durch regelmäßige Kontakte können offene Fragen geklärt und die Gastronomietreibenden motiviert werden, am Ball zu bleiben.
- Für eine erfolgreiche Einführung eines Mehrwegsystems sind das Engagement der Gastronomietreibenden und eine gründliche Einweisung des Personals wichtig.
- Angestrebt werden sollte eine Komplettumstellung auf Mehrweggefäße. Solange Einwegverpackungen angeboten werden, greifen viele Kund*innen auf diese zurück.
- Ein einheitliches Mehrweg-Poolsystem in einem Gebiet bzw. einer Kommune wäre aufgrund der einfacheren Rückgabe wünschenswert, ist (bisher) aber aufgrund verschiedener Anforderungen an die Mehrwegbehälter seitens der Betriebe oft kaum realisierbar.
- Die Schaffung zentraler Rückgabe- (und Spül-)Möglichkeiten an belebten öffentlichen Orten kann dazu beitragen, die Akzeptanz von und die Nachfrage nach Essen in Mehrweggefäßen zu erhöhen.

2.4 Materialien

Die im Kapitel erwähnten und weitere Materialien sind unter diesen Links als kostenlose Downloads verfügbar.

<https://esseninmehrweg.de/verpackungsnovelle/>

- Infoblatt Verpackungsnovelle in vier Sprachen (Stand 03/2022)

<https://esseninmehrweg.de/faqs/>

- FAQs zu verschiedenen Themen (Stand 06/2022)

<https://esseninmehrweg.de/materialien-fuer-betriebe/>

- Empfehlungen zur Hygiene beim Befüllen mitgebrachter Gefäße (Empfehlungen, Merkblatt Text und Grafik) für Individual- und Poolsystem (Stand 07/2020)

<https://esseninmehrweg.de/mehrweg-poolsysteme-fuer-takeaway-essen-in-deutschland/>

- Übersicht zu Poolsystemen (Stand 07/2022)
- Kompaktübersicht Poolsysteme (Stand 07/2022)

3 Mehrwegnachfrage durch die Kundschaft steigern



3.1 Hintergrund und Zielsetzung

Mehrwegverpackungen als ökologisch bessere Variante für Takeaway-Gerichte werden sich nur durchsetzen, wenn mehr Gastronomiebetriebe entsprechende Angebote machen (s. [Kap. 2](#)). Gleichzeitig muss aber auch die Nachfrage gestärkt werden, d. h. die Konsument*innen müssen für die Nutzung von Mehrwegverpackungen gewonnen werden. Damit sie sich dafür entscheiden können, ist es notwendig, dass sie vor Ort darüber informiert werden, dass Speisen in Mehrweggefäßen ausgegeben werden. Das reicht aber nicht aus, da es auch auf Seiten der Kundschaft Hemmnisse für die Nutzung von Mehrwegverpackungen gibt, wie u. a. eine Befragung im Rahmen des Projekts und Rückmeldungen der teilnehmenden Gastronomiebetriebe gezeigt haben. Das Mitbringen eigener Gefäße ist für viele zu umständlich, auch die Nutzung von durch den Betrieb bereitgestellten Gefäßen ist aus Sicht vieler Kund*innen im Vergleich zu Einwegverpackungen weniger bequem: Die Schalen müssen zurückgebracht werden, für die Nutzung muss eine App installiert werden, die persönliche und gefäßbezogene Daten verknüpft, es ist eine Kund*innenkarte notwendig, oder es muss ein Pfand gezahlt werden. Solange Einwegverpackungen im Angebot sind, werden die Kund*innen diese nutzen – trotz einer weit verbreiteten grundsätzlichen Offenheit für die Nutzung von Mehrweggefäßen im Sinne der Nachhaltigkeit. Deshalb müssen zusätzlich zur reinen Information Wege gefunden werden, um die Kundschaft zu motivieren, ihr Essen in Mehrweggefäßen mitzunehmen.

Im Rahmen des Projekts sollten Ansätze zur Steigerung der Akzeptanz von Mehrwegverpackungen ermittelt und erprobt werden.

3.2 Vorgehensweise

Während der Erprobungsphasen in Berlin und Bremen wurden die teilnehmenden Betriebe bei der Kommunikation zu ihrem Mehrwegangebot unterstützt. Es wurden

- Gespräche mit den Gastronomiebetrieben geführt, um zu erfahren, wie auf das Mehrwegangebot aufmerksam gemacht wird, wie die Kundschaft darauf reagiert und welche Verbesserungsmöglichkeiten und Unterstützungsbedarfe in der Kommunikation mit Kund*innen gesehen werden,
- Materialien für die Bewerbung von Mehrweglösungen entwickelt und getestet, wie [Türaufkleber](#), eine Beach-Flag, die vor dem Laden aufgestellt werden kann, [Plakate](#) und [Thekenaufsteller](#) sowie eine Mehrweg-Stempelkarte in Visitenkarten-Größe – die [Klima-Bonuskarte](#),
- die Social-Media-Aktivitäten von Betrieben unterstützt, u. a. indem professionelle Fotos aufgenommen und zur Verfügung gestellt wurden,
- Tipps zur Kommunikation mit der Kundschaft, einschließlich Empfehlungen zur gut sichtbaren Positionierung der im Betrieb verwendeten Mehrweggefäße im Laden, gegeben und
- [Best-Practice-Beispiele](#) für eine gelungene Bewerbung des Mehrwegangebots durch Gastronomiebetriebe als Inspiration zusammengestellt.

Um die Nutzung kund*inneneigener Gefäße zu fördern, wurde parallel zur Erprobung des Individualsystems (s. [Kap. 2](#)) in zwei verschiedenen Berliner Bezirken in mehreren Abteilungen der dortigen Bezirksämter und einigen dort ansässigen Unternehmen eine so genannte Mehrwegkiste eingeführt. Die Mehrwegkisten, ausgestattet mit unterschiedlichen Mehrwegbehältnissen (u. a. Mehrweg-Pizzaboxen, Bowls, Tellern), wurden in den Teeküchen der Büros kostenfrei aufgestellt. Mit gut positionierten Hinweisen „*Mehrwegschale dabei?*“ wurde an die Nutzung erinnert und über eine ausgelegte Liste wurde die Häufigkeit der Nutzung erfasst. Durch die Verwendung der Gefäße durch die Büromitarbeitenden wurde erreicht, dass bei den teilnehmenden Gastronomiebetrieben in der Umgebung eine Nachfrage zur Befüllung von mitgebrachten Behältern entstand. Für das Projekt waren auch die Erfahrungen der Mitarbeitenden als Tester*innen des Individualsystems wichtig.

Die Mehrwegkiste kam auch in einem Wettbewerb, der so genannten „*Mauerpark-Mehrweg-Challenge*“, zum Einsatz. Diese richtete sich an Mitarbeitende in Unternehmen im Umfeld des Mauerparks. Im Rahmen der Aktivitäten zur Steigerung der Mehrwegnachfrage rund um den Mauerpark wurde außerdem in Zusammenarbeit mit einem interaktiven Straßentheater sowie mit einer Influencerin über Social Media auf des Thema aufmerksam gemacht.

3.3 Ergebnisse

Die Erfahrungen bei der Erprobung des Individualsystems und verschiedener Mehrweg-Poolsysteme haben gezeigt, dass ein wesentlicher Faktor für die erfolgreiche Etablierung von Mehrwegangeboten engagierte Gastronom*innen sind, die vom Mehrweggedanken persönlich überzeugt sind, dies an die Kundschaft weitergeben und diese proaktiv auf die Mehrwegverpackung hinweisen. Ebenso geben engagierte Gastronom*innen die Informationen über Vorteile und Funktionsweise des Mehrwegsystems an das gesamte Personal weiter, die dann wiederum mit den Kund*innen kommunizieren. Über die aktive Ansprache konnten viele anfänglich noch unentschlossene Kund*innen für die Mehrwegnutzung gewonnen werden. Mit kurzen, eingängigen Sprüchen, wie „Haben Sie einen eigenen Behälter dabei?“ oder „Wollen sie eine umweltfreundliche Verpackung?“, kann die Kundschaft sehr einfach, kostengünstig und effektiv auf das Mehrwegangebot aufmerksam gemacht werden. Wenn die Mehrwegverpackung als Standard präsentiert wird, sei es durch eingängige Sprüche oder eine entsprechende Voreinstellung bei der Online-Bestellung, nehmen die Kund*innen die Mehrwegoption als soziale Norm wahr und sind eher gewillt, diese auch für sich zu wählen.

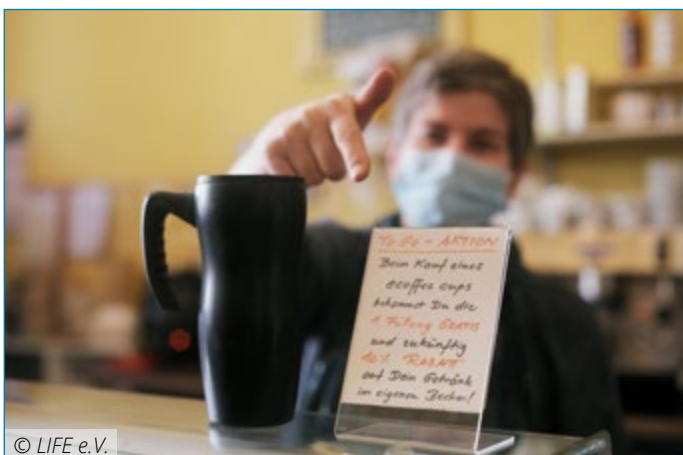
Im Arbeitsalltag, insbesondere zu Stoßzeiten, bleibt jedoch nicht immer ausreichend Zeit, mündlich über das Mehrwegangebot zu informieren. Die über das Projekt bereitgestellten Werbematerialien, wie Plakate, Thekenaufsteller und Türaufkleber, können eine persönliche Ansprache nicht ersetzen, wurden von Seiten der Gastronomiebetriebe aber als hilfreiche Ergänzung für die Kommunikation mit der Kundschaft eingeschätzt. Dabei ist es wichtig, dass diese Materialien gut sichtbar aufgestellt bzw. angebracht werden. Mit Plakaten und Thekenaufstellern können Gastronomiebetriebe gleichzeitig die ab 2023 geltende Pflicht aus der Verpackungs-Novelle erfüllen, die Kundschaft über das Mehrwegangebot zu informieren (§ 33 (2) VerpackG „Informationspflicht“).

Die in Behörden und Unternehmen aufgestellte Mehrwegkiste hat sich als einfaches und effektives Mittel erwiesen, um den Mitarbeitenden einen Anstoß zur Nutzung ressourcensparender und umweltschonender Alternativen zu Einweg-

verpackungen zu geben. Durch die Bereitstellung verschiedener Mehrweggefäße in der Büroküche wird deren Nutzung beim Einkauf des Mittagslunch To Go vereinfacht, Türschilder und Plakate tragen zur Motivation und Erinnerung bei. Um einen zusätzlichen Anreiz zu schaffen, die Mehrweggefäße zu nutzen, wurde die Einführung der Idee mit einem Wettbewerb „Wer holt am meisten Essen in Mehrweg ab?“ begleitet. Hierbei zeigte sich, wie bei der Mauerpark-Mehrweg-Challenge (s. u.), dass spielerische Ansätze die Nutzung von Mehrweggefäßen steigern können. Teilnehmende, die die Mehrwegkiste im Rahmen der Projektlaufzeit genutzt haben, berichteten, dass es im Team zu einer stärkeren Regelmäßigkeit wurde, gemeinsam Essen zu holen und zu Mittag zu essen.

Bei der **Mauerpark-Mehrweg-Challenge** in Unternehmen sollten die Mitarbeitenden innerhalb von drei Monaten möglichst viele Einwegverpackungen einsparen, indem sie ihren Lunch in den bereitgestellten Gefäßen aus anliegenden Gastronomiebetrieben holten. Wenn die Belegschaft nach den drei Monaten abhängig von der Teilnehmendenzahl eine bestimmte Anzahl an Mehrwegnutzungen erreicht hatte, ging die Mehrwegkiste in den Besitz des Unternehmens über. Darüber hinaus gab es einen Fotowettbewerb, bei dem das Essen in Mehrwegverpackungen fotografiert werden sollte. Gewinn war hier ein gefüllter Präsentkorb. Die Teilnahme war abhängig von der Motivation der Mitarbeitenden, aber auch von äußeren Umständen, wie verringerte Anwesenheitszeiten durch pandemiebedingte Maßnahmen. Insgesamt kam die Aktion gut an. Personen, die während der Challenge oft die Mehrwegbehälter genutzt haben, gaben an, dies auch in Zukunft gerne weiterzumachen.

Die rund um den Mauerpark erprobten Wege der Öffentlichkeitsarbeit durch das Straßentheater „Ratten To Go“ und der Einsatz einer Influencerin, die die Nutzung von Mehrweg – sowohl eigene als auch über Betriebe bereitgestellte Behälter – in ihren Beiträgen auf Instagram vorlebte, haben sich als gute Möglichkeit erwiesen, Passant*innen und Follower*innen auf die Müllproblematik im Zusammenhang mit Einwegverpackungen hinzuweisen und ‚Mehrweg‘ als bessere Alternative zu präsentieren. In beiden Fällen wurde





Kundschaft erreicht, die sich mit dem Thema vorher noch nicht (intensiv) beschäftigt hatte. Durch die Einbindung mehrerer gastronomischer Betriebe und der hohen Reichweite der Influencerin konnte eine höhere Sichtbarkeit erreicht werden, als es durch Werbeaktionen einzelner Betriebe möglich gewesen wäre.

Für den Transfer bzw. um Strategien zur Steigerung der Mehrwegnachfrage anderen Mehrweg-Akteur*innen verfügbar zu machen, wurde die Praxis-Handreichung „[Tipps und Anregungen zur Förderung der Mehrwegnutzung](#)“ erstellt.

Kernbotschaften

- Um Kund*innen zur Mehrwegnutzung zu bewegen, ist eine proaktive Bewerbung des Mehrwegangebots notwendig.
- Eine effektive und kostengünstige Maßnahme, um die Kundschaft auf das Mehrwegangebot aufmerksam zu machen, ist die direkte Kund*innenansprache.
- Neben deutlichen Hinweisen auf das Mehrwegangebot und einer gut sichtbaren Präsentation der Mehrweggefäße sind Rabatte für Kund*innen, die ihre Speisen in mitgebrachten Gefäßen abholen, und Aktionen, wie Aufkleber auf Einwegverpackungen, die zur Nutzung der Mehrwegalternative einladen, geeignet, um die Mehrwegnachfrage zu steigern.
- Die Bereitstellung einer Mehrwegkiste durch Unternehmen, Ämter und Behörden, ist ein guter Weg, um die Belegschaft auf die Möglichkeit der Nutzung eigener Gefäße als Alternative zu Einwegverpackungen hinzuweisen und diese zu unterstützen.
- Weitere öffentlichkeitswirksame Maßnahmen auf der Straße oder in Social Media erreicht auch Konsument*innen, die noch nicht viel mit dem Thema in Berührung gekommen sind.

3.4 Materialien

Die im Kapitel erwähnten und weitere Materialien sind unter diesen Links als kostenlose Downloads verfügbar.

<https://esseninmehrweg.de/materialien/>

- Praxis-Handreichung „Nachfrage steigern“ (Stand 07/2022)

<https://esseninmehrweg.de/best-practice-beispiele/>

- Best-Practice-Beispiele (Stand 05/2022)

<https://esseninmehrweg.de/materialien-fuer-betriebe/>

- Werbematerialien für Gastronomie (diverse Plakate, Thekenaufsteller, Aufkleber für Eingangstür, Aufkleber für Tablett, Klima-Bonuskarte)

<https://esseninmehrweg.de/materialien-zur-mehrwegkiste/>

- Videoanleitung zur Mehrwegkiste (Stand 07/2020)
- Erinnerungsschilder DIN A4 und DIN A5
- Anleitung Mauerpark-Mehrweg-Challenge auf deutsch und englisch (Stand 01/2022)

4 Mehrwegidee verbreiten

4.1 Hintergrund und Zielsetzung

In vielen Städten und Gemeinden gibt es engagierte Personen und Initiativen, die sich vor dem Hintergrund der mit der Nutzung von Einwegverpackungen verbundenen Klima-, Ressourcen- und Müllproblematik dafür einsetzen, Mehrweglösungen vor Ort zu etablieren. Auch kommunale Verwaltungen und Abfallwirtschaftsbetriebe engagieren sich vermehrt für die Einführung von Mehrwegalternativen.

Eine Vernetzung dieser Aktiven bietet die Möglichkeit, Wissen und Erfahrungen auszutauschen, Kräfte zu bündeln und gemeinsam die Verbreitung der Mehrwegidee zu fördern, u. a. indem die Sichtbarkeit einzelner Bemühungen erhöht wird. Zu Projektbeginn gab es viel Bedarf an einer solchen Vernetzung.

Ziele des Projekts waren,

- ein aktives Mehrweg-Netzwerk für den Austausch der Akteur*innen untereinander aufzubauen,
- fachrelevante Informationen und Erfahrungen, u. a. aus dem Projekt, zu verbreiten und
- eine breitere Sichtbarkeit der Mehrwegidee und von Gastronomiebetrieben mit Mehrwegangeboten zu schaffen.

4.2 Vorgehensweise

Im Rahmen der Aktivitäten zur Vernetzung von Mehrweg-Akteur*innen und zur Verbreitung von Fachinformationen wurden

- Netzwerkveranstaltungen durchgeführt, um den Austausch verschiedener Beteiligte untereinander und die Diskussion aktueller Themen mit Fachleuten zu ermöglichen,
- Fach-Webinare angeboten, um aktuelle Informationen zu relevanten Inhalten zu verbreiten,
- Netzwerkmitglieder mittels eines E-Mail-Verteilers zu Neuigkeiten aus dem Projekt und zum Thema ‚Mehrweg‘ informiert,
- per E-Mail und Telefon Fachfragen beantwortet und Beratungen durchgeführt,
- für Mehrweg-Akteur*innen Informationen und Materialien auf dem Projekt-Webportal bereitgestellt.

Um die Mehrwegidee zu verbreiten, wurden

- Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit erstellt und für verschiedene Beteiligte bereitgestellt,
- thematische Posts auf Social Media veröffentlicht,
- öffentlichkeitswirksame Aktionen konzipiert sowie als Rahmen dafür
- die bundesweiten ‚Essen in Mehrweg‘-Aktionstage organisiert, koordiniert und gemeinsam mit Netzwerk-Aktiven durchgeführt.



4.3 Ergebnisse

Sowohl die [vier Netzwerkveranstaltungen](#) als auch die [drei Fach-Webinare](#) wurden online durchgeführt, sodass bundesweit eine breite Zielgruppe angesprochen werden konnte. Die Teilnehmenden setzten sich zusammen aus kommunalen Akteur*innen, z. B. Klimaschutzmanager*innen und Mitarbeitenden aus Abfallwirtschaftsbetrieben, Vertreter*innen von Verbänden, zivilgesellschaftlichen Initiativen und Unternehmen. Die Netzwerkveranstaltungen dienten in erster Linie dem Austausch verschiedener Beteiligte untereinander und der Diskussion aktueller Themen mit Fachleuten. Die Webinare, u. a. zu den Themen „Betriebsakquise“ und „Steigerung der Mehrwegnutzung“ hatten zum Ziel, aktuelle Informationen zu relevanten Inhalten zu verbreiten. Es wurden Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele vorgestellt sowie Herausforderungen und Lösungsansätze diskutiert. Das Interesse an den angebotenen Veranstaltungen war hoch: Insgesamt nahmen an allen Veranstaltungen ca. 650 Interessierte teil, die Videomitschnitte haben fast doppelt so viele Aufrufe. Letztere können auch nach Projektende weiter angesehen werden.

Die Fachinformationen, die im Laufe der Projektzeit gesammelt, aufbereitet und über verschiedene Kanäle zur Verfügung gestellt wurden (E-Mail, telefonisch, Webportal, Dokumente zum Download), wurden stark nachgefragt. Informationsanfragen, besonders stark im Zuge der Verpackungsnovelle, kamen von Kommunen, gastronomischen Betrieben und anderen Beteiligten. Aus dem Projekt heraus wurde auch Input zu externen Veranstaltungen gegeben. Aus Kapazitätsgründen konnten aber nicht alle Anfragen bedient werden. Der Bedarf nach einer neutralen Beratung zum Thema ‚Mehrweg‘ wuchs im Laufe der Projektlaufzeit merklich.

Die Empfehlungen und Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit fanden bei den gastronomischen Partnerbetrieben und den Netzwerk-Aktiven großen Anklang und wurden vielfach eingesetzt. Die [Druckvorlagen](#) konnten und können auf dem Projekt-Webportal für alle zugänglich heruntergeladen werden. Im Zuge der Nachfrage entstand eine [beispielhafte Auflistung](#) für kommunale und lokale Initiativen zur kommunalen Förderung von Mehrweg.



© LIFE e.V.: Aufkleber für Einwegverpackungen für Aktionstage

Die **„Essen in Mehrweg“-Aktionstage** waren bei den Netzwerk-Partner*innen sehr beliebt. In den Jahren 2021 und 2022 nahmen jeweils um die 40 Aktionstage-Partner*innen teil. Durch die Zusammenarbeit mit den Akteur*innen aus dem Projekt-Netzwerk konnten jeweils über 100 gastronomische Betriebe für die Teilnahme an den Aktionstagen gewonnen werden. Gemeinsam wurden über beide Jahre hinweg 87 Aktionen durchgeführt, u. a. Infostände, Fotowettbewerbe, Rabattaktionen, Mehrwegtests durch Konsument*innen, immer begleitet durch Öffentlichkeitsarbeit in der lokalen Presse und/oder Social-Media-Aktivitäten.

Nachdem sich bei den Aktionstagen im Jahr 2021, die über einen Zeitraum von sechs Tagen liefen, gezeigt hatte, dass die Konsument*innen in einem so kurzen Zeitraum nicht genug auf die Mehrwegaktionen aufmerksam gemacht werden können, wurden die Aktionstage im Jahr 2022 auf zwei Wochen verlängert. Die Auswertung der Aktionstage hat gezeigt, dass deren Erfolg stark abhängig von dem Engagement der teilnehmenden Gastronomiebetriebe ist und davon, wie gut es gelungen ist, die Aktionen in der Öffentlichkeit bekannt zu machen.

Kernbotschaften

- Insbesondere Kommunen, aber auch gastronomische Betriebe und andere Mehrweg-Akteur*innen, brauchen für ihre lokalen Projekte Unterstützung bei Planung und Umsetzung.
- Vernetzung und Erfahrungsaustausch von Mehrweg-Akteur*innen trägt dazu bei, Mehrwegalternativen zu verbreiten.
- Es gibt von Seiten der Mehrweg-Akteur*innen einen hohen Bedarf an Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit.
- Durch die „Essen in Mehrweg“-Aktionstage konnte das Netzwerk konsolidiert und öffentliche Aufmerksamkeit für das Mehrwegthema gesteigert werden.
- Um sowohl weitere Gastronomiebetriebe zum Umdenken zu bewegen, aber auch um Konsument*innen anzuregen, sich bei Takeaway-Verpackungen für die Mehrwegvariante zu entscheiden, muss dafür gesorgt werden, dass das Thema durch solche und andere Aktionen immer wieder in das Bewusstsein der Öffentlichkeit gebracht wird.

4.4 Materialien

Die im Kapitel erwähnten und weitere Materialien sind unter diesen Links als kostenlose Downloads verfügbar.

<https://esseninmehrweg.de/materialien/>

- Auflistung Fördermöglichkeiten Kommunen (Stand 02/2022)

<https://esseninmehrweg.de/forum-online-tagung/>

- Aufzeichnungen der Netzwerkveranstaltungen (10/2020 – 06/2022)

<https://esseninmehrweg.de/webinare/>

- Aufzeichnungen der Webinare (02/2021 – 01/2022)

<https://esseninmehrweg.de/aktionstage/>

- Informationen zu den vergangenen Aktionstagen (Stand 07/2022)



Impressum

Abschlussbroschüre des Projektes Klimaschutz is(s)t Mehrweg

Autorinnen

Anna Ackermann,
LIFE Bildung Umwelt Chancengleichheit e.V.

Magdalena Adamczyk-Lewoczko,
LIFE Bildung Umwelt Chancengleichheit e.V.

Antje Baum,
BUND Bremen e.V.

Nina Fuchs,
LIFE Bildung Umwelt Chancengleichheit e.V.

Silke Kleinhüchelkotten,
ECOLOG-Institut

Laura Schramm,
LIFE Bildung Umwelt Chancengleichheit e.V.

Partner

Gesamtprojektkoordination:
LIFE Bildung Umwelt Chancengleichheit e.V.,
Berlin

BUND für Umwelt und Naturschutz
Deutschland (BUND), Landesverband
Bremen e.V., Bremen

ECOLOG-Institut für sozial-ökologische
Forschung und Bildung,
Lüneburg und Bugewitz

Gefördert vom Bundesministerium für
Wirtschaft und Klimaschutz aufgrund eines
Beschlusses des Deutschen Bundestages

Berlin, Bremen und Bugewitz, Juli 2022

Mit der Kampagne „Essen in Mehrweg“ wurde die Einführung und Verbreitung von Mehrweglösungen in der Gastronomie unterstützt. Sie wurde im Rahmen des Projekts „Klimaschutz is(s)t Mehrweg“ gemeinsam durchgeführt von LIFE e.V., BUND – Landesverband Bremen und ECOLOG-Institut. www.esseninmehrweg.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt wurde umgesetzt von



Bildung Umwelt
Chancengleichheit

