

Mehrweg to go – das »neue Normal«? Was braucht es, um Verbraucher*innen den Umstieg auf Mehrwegverpackungen für Take-away-Speisen zu erleichtern?

Saskia Erdmann & Eva Katharina Hage

Zusammenfassung Die Mehrwegangebotspflicht für Speisen und Getränke zum Mitnehmen ist ein wichtiger Schritt zur Reduzierung der enormen Mengen an Einweg-Kunststoffverpackungen. Verbraucher*innen werden diese neue Möglichkeit jedoch nur als das »neue Normal« annehmen, wenn entsprechende Angebote flächendeckend und praktikabel gestaltet sind. Aktuelle Erhebungen weisen darauf hin, dass längst nicht alle Gastronom*innen Mehrwegsyste-me anbieten und ihrer gesetzlich verankerten Hinweispflicht nachkommen. Um die Nachfrage nach Mehrwegverpackungen in der Gesamtbevölkerung zu fördern, sind sowohl ordnungspoli-tische als auch Anreiz setzende Maßnahmen empfehlenswert. Eine finanzielle Lenkung, kom-biniert mit dem Abbau praktischer Hürden, kann möglicherweise einen wichtigen Beitrag zur Verankerung neuer nachhaltiger Verhaltensweisen in der Gesellschaft leisten.

1. Einleitung

Die im Januar 2023 eingeführte gesetzliche Verpflichtung zur Bereitstellung von Mehrwegverpackungen für Außer-Haus-Speisen und -Getränke in der Gastronomie markiert einen wichtigen Schritt hin zu nachhaltigeren Verpackungslösungen. Die Mehrwegangebotspflicht weist das Potenzial auf, die Verwendung von Einweg-verpackungen im To-go-Bereich deutlich zu reduzieren. In diesem Rahmen wird die Wiederverwendung von Verpackungsmaterialien unterstützt und ein weite- rer und wichtiger Schritt in Richtung einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft geleistet.

Allein in Deutschland fallen pro Tag rund 960 Tonnen Müll durch Einwegge- schirr und To-go-Verpackungen an (vgl. Istel/Detloff 2018: 3). Viele dieser Ein- wegverpackungen haben problematische Folgen. Die unsachgemäße Entsorgung von Verpackungen führt zu einem Eintrag von Kunststoffen in die Umwelt mit

ungeahnter Reichweite – so wurden in der Antarktis Plastikverpackungen reicher Industrienationen gefunden, insbesondere aus Europa und auch aus Deutschland (vgl. Meyer/Lutz/Bergmann 2023: 1). Damit trägt Deutschland signifikant zur Verschmutzung ferner Ökosysteme bei. Doch auch eine korrekte Entsorgung der Einwegverpackungen in die vorgesehenen Abfallfraktionen hierzulande kann das Problem nur zum Teil lösen. Viele Verpackungen sind aufgrund ungünstiger Materialkombinationen (Verbunde) oder Beschichtungen sowie Pigmenten (z.B. schwarze Kunststoffe) nur zum Teil oder gar nicht recyclingfähig. Auch stellen biobasierte Kunststoffe noch immer eine Herausforderung für Recyclinganlagen dar. Ein beträchtlicher Teil dieser Verpackungen wird in Müllheizkraftwerken verbrannt (vgl. Jetzke/Richter 2020: 2). Folglich sind entsprechende Verpackungen bestmöglich zu vermeiden. Dies ist mit der sogenannten Abfallhierarchie im Kreislaufwirtschaftsgesetz (§ 6 KrWG) gesetzlich verankert, bei der die Vermeidung an oberster Stelle steht. Mehrwegverpackungen bieten für diese Problematik einen vielversprechenden Lösungsansatz, da durch ihre Wiederverwendung Verpackungsabfälle vermieden werden.

Für eine häufige Nutzung von Mehrwegverpackungen im Take-away-Bereich braucht es praktikable Lösungen für Ausleihe und Rückgabe, die Kenntnis über ein solches Angebot sowie eine geeignete Kommunikationsstrategie. Ein knappes Jahr nach Einführung der gesetzlichen Mehrwegangebotspflicht bleibt jedoch vorerst zu resümieren, dass das Angebot aus verschiedenen Gründen bislang wenig genutzt wird. Eine repräsentative Umfrage der Nachwuchsforschergruppe PuR der Technischen Universität Berlin hat ergeben, dass etwa die Hälfte der Befragten keine Mehrwegbehälter für Take-away-Speisen nutzt (vgl. Süßbauer et al. 2024: 25). Trotz gesetzlicher Vorgabe ist das Mehrwegangebot zum jetzigen Zeitpunkt nicht ausreichend und der entsprechende Anreiz der persönlichen Umstellung auf eine neue Art der Nutzung von Verpackungen fehlt. Schließlich bedeutet dies für Verbraucher*innen, ihre Routinen zu ändern (*siehe auch Beitrag von Süßbauer/Rubik/Sattlegger in diesem Band*). Verpackungen nach der Nutzung mit sich zu führen, ist aufwändiger, als sie zu entsorgen. Eine solche neue Verhaltensweise muss erlernt werden und sich im Alltag erst etablieren. Dafür benötigt es Motivation, Verständnis und Anreize. Folglich bedarf es von allen beteiligten Akteur*innen wie Gastronomie, Poolsystem-Betreiber*innen, Politik, Verwaltung der Städte und Kommunen, Forschungseinrichtungen sowie Umwelt- und Verbraucher*innenschutzorganisationen noch einiger weiterer Schritte, um ein »neues Normal« im Verbraucher*innenalltag zu schaffen und damit das eigentliche Ziel der Mehrwegangebotspflicht zu erreichen: Einwegkunststoffe messbar zu reduzieren. Nachfolgend gehen wir auf die notwendigen Veränderungen ein, die in der gesamten Akteur*innenkette stattfinden müssen, um Mehrweg to go zum »neuen Normal« machen zu können.

2. Der Status quo

2.1. Die Mehrwegangebotspflicht

Ab Januar 2023 wurde das Anbieten von Mehrwegbehältern für Speisen und Getränke zum Mitnehmen für größere gastronomische Betriebe verpflichtend. Diese Pflicht gilt bei Speisen ausschließlich für Einwegverpackungen, die komplett oder zu Teilen aus Kunststoff bestehen. Einwegverpackungen aus anderen Materialien wie Papier, Holz oder Aluminium (beispielsweise Pizzakartons oder Aluminium-Assietten) sind nicht von der Pflicht betroffen. Bei Einweggetränkebechern stehen Letztvertreibende, also diejenigen, die befüllte To-go-Verpackungen an Verbraucher*innen ausgeben, hingegen bei allen Materialien in der Pflicht, Mehrwegoptionen anzubieten. Eine Ausnahme gilt für kleine Betriebe, die weniger als fünf Mitarbeitende und eine Ladenfläche von maximal 80 Quadratmetern haben. Sie sind von der Mehrwegangebotspflicht ausgenommen, müssen aber eigene mitgebrachte Gefäße der Kund*innen befüllen (*siehe auch Beitrag von Süßbauer/Schleidt in diesem Band*). In beiden Fällen sind Betriebe gesetzlich verpflichtet, »deutlich sicht- und lesbare Informationstafeln oder -schilder« aufzustellen und Verbraucher*innen über die Möglichkeit, die Waren in Mehrwegverpackungen zu erhalten, zu informieren (§§ 33/34 VerpackG). Das können zum Beispiel Aufsteller, Schilder, Plakate, Banner oder Thekenaufsteller sein.

2.2 Nutzungsbereitschaft

Maßnahmen zur Verringerung von Verpackungsmüll stoßen bei Verbraucher*innen in Umfragen auf große Zustimmung. Eine Befragung des Verbraucherzentrale Bundesverbands aus dem Jahr 2018 ergab, dass 96 Prozent der Befragten es für wichtig halten, die Entstehung von Verpackungsmüll zu verringern (vgl. VZBV 2018: 9). Eine Studie des Umweltbundesamtes aus dem Jahr 2023 beschreibt zudem, dass Umwelt- und Klimaschutz zu den zentralen Anliegen der deutschen Bevölkerung gehören. Eine Mehrheit von 57 Prozent stuft dieses Thema als »sehr wichtig« ein (vgl. Williams/Gellrich 2023: 21). Seit Inkrafttreten der Verpackungsnovelle am 1. Januar 2023 regeln die §§ 33 (Mehrwegalternative für Einwegkunststofflebensmittelverpackungen und Einweggetränkebecher) und 34 (Erleichterungen für kleine Unternehmen und Verkaufsautomaten) die neue Mehrwegangebotspflicht für Speisen und Getränke. Ziel und Zweck des Gesetzes ist es, Verbraucher*innen die Möglichkeit zu bieten, Take-away-Speisen und -Getränke auch in Mehrwegbehältnissen zu erhalten und damit eine umweltfreundlichere Alternative zur Einwegverpackung zu wählen. Rund 90 Prozent der Befragten einer Umfrage der Deutschen Umwelthilfe im Januar 2023 halten die Mehrwegangebotspflicht als Instrument der Abfallvermeidung für »sehr sinnvoll« (62 %) oder »eher sinnvoll« (28 %) (vgl. Fischer 2023: 1).

Demnach ist das Interesse seitens der Verbraucher*innen an Mehrwegverpackungen groß.

2.3 Situation für Verbraucher*innen

Wie die Mehrwegangebotspflicht konkret von Betrieben umgesetzt werden soll, ist im Gesetz nicht festgehalten. Einige große Ketten haben sich für ein eigenes Mehrwegsystem entschieden, zum Beispiel McDonalds (McDonalds 2023) und REWE (REWE o.J.). Andere Betriebe setzen auf Poolsystem-Anbieter*innen wie beispielsweise Recup, Vytal oder Relevo. Die Poolsysteme funktionieren pfand- oder appbasiert. Recup erhebt z. B. eine Pfandgebühr von fünf Euro für eine Schale und einen Euro für einen Becher. Verbraucher*innen zahlen bei der Ausleihe den Pfandbetrag in Bar, bei Rückgabe des Gefäßes bei einem teilnehmenden Betrieb erhalten sie den Pfandbetrag vollständig zurück. Weitere Unternehmen, die pfandbasiert arbeiten, sind Faircup, PFABO oder Recircle. Die Unternehmen Vytal, Relevo und Tiffin Loop haben eine App eingeführt, die Kund*innen auf ihre Smartphones herunterladen müssen. Die ausgewählten Anbieter*innen seien hier nur beispielhaft für die Unterschiede der Systeme aufgeführt. In diesem Fall müssen die persönlichen Daten und die Zahlungsmethode angegeben werden. Die Nutzer*innen müssen den Behälter innerhalb von 14 Tagen zurückgeben. Bei Vytal wird nach Ende der Rückgabefrist automatisch ein Betrag von zehn Euro pro Behälter oder vier Euro pro Becher berechnet. Die Behälter sind damit gekauft. Andere Anbieter erheben eine Gebühr für eine längere Ausleihe der Gefäße.

Die bis dato vorhandenen Rückgabemöglichkeiten stellen Verbraucher*innen oft vor Probleme. Sie müssen entweder an den Ausleihort beziehungsweise die Filiale der Kette zurückkehren oder sich auf der Webseite oder App der Poolanbieter*innen erkundigen, welche Betriebe bei dem gewählten System mitmachen. 94 Prozent der Befragten gaben in der oben erwähnten Umfrage der Deutschen Umwelthilfe an, dass sie Mehrwegbehälter vermehrt nutzen würden, wenn es viele Rückgabestandorte gäbe (vgl. Fischer 2023: 1). Auch in der Umfrage der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen äußerten 42 Prozent der Befragten den Wunsch nach mehr Rückgabestellen, um die Nutzung von Mehrweggefäßen zu erleichtern (vgl. VZ Nordrhein-Westfalen 2023). Wir betrachten die Verbesserung der Rückgabemodalitäten daher als einen entscheidenden Schlüssel für die Akzeptanz und Verbreitung von Mehrweg to go.

2.4 Umfragen unter Verbraucher*innen

Verbraucher*innen legen beim Einsatz von Mehrwegbehältern großen Wert auf bestimmte Eigenschaften, um ihre Nutzung im Alltag zu erleichtern. Ein zentrales Anliegen ist die Auslaufsicherheit, damit Flüssigkeiten oder saftige Lebensmittel ohne

Probleme transportiert werden können. Zudem wird ein einfacher Reinigungsprozess geschätzt. Das Fassungsvermögen sollte auf den Bedarf zugeschnitten sein, um Platz effizient nutzen zu können. Mehr als 80 Prozent der Befragten stufen diese drei Eigenschaften als »sehr wichtig« oder »eher wichtig« ein (vgl. Süßbauer et al. 2024: 25). Weiterhin sind Bruchsicherheit und Langlebigkeit des Gefäßes von Bedeutung (ebd.). Es fällt auf, dass diese Anforderungen von Einwegverpackungen niemals erfüllt werden könnten. Im täglichen Gebrauch könnten sich Mehrwegbehälter also langfristig als weitaus praktischere Variante erweisen.

3. Defizite bei der Umsetzung

3.1 Fehlendes Angebot und unzureichende Hinweise

Aktuelle Erhebungen weisen darauf hin, dass längst nicht alle Gastronom*innen Mehrwegsysteme anbieten und ihrer Hinweispflicht nachkommen. Berichte der Verbraucherzentralen Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen von Mai und Juni 2023 zeigten, dass auch ein halbes Jahr nach Einführung des Gesetzes Mängel bestehen. In Nordrhein-Westfalen boten weniger als die Hälfte (49 %) der betroffenen Betriebe Mehrwegverpackungen an. Von diesen Betrieben wiesen nur etwa die Hälfte (50 von 85 Betrieben) tatsächlich auf das Angebot hin (vgl. VZ Nordrhein-Westfalen 2023). In Rheinland-Pfalz setzten 35 Prozent die Mehrwegangebotspflicht nicht um (vgl. VZ Rheinland-Pfalz 2023: 6). Vergleichbare Ergebnisse lieferte eine Erhebung von Greenpeace vom Januar 2023. Von 687 stichprobenartig getesteten Gastro-Betrieben boten 53 Prozent keine Mehrwegverpackungen an. In 67 Prozent der Fälle wurde nicht auffällig genug auf das Mehrwegangebot hingewiesen (vgl. Greenpeace 2023: 2).

Da nach derzeitigem Stand nur rund die Hälfte der gastronomischen Betriebe Mehrwegverpackungen anbietet und auch dort meist ein gut sichtbarer Hinweis fehlt, hatten Verbraucher*innen bisher kaum Möglichkeiten, davon zu erfahren, obwohl sie das Recht darauf haben. Die Hinweise am Verkaufspunkt sind ein essenzieller Bestandteil der Etablierung von Mehrwegsystemen in der Gesellschaft. In einer Umfrage im Juni 2023 mit 1.000 Personen in Nordrhein-Westfalen gaben 44 Prozent an, sie würden Mehrwegangebote für den Verzehr unterwegs vermehrt nutzen, wenn an den Verkaufsstellen bessere Informationen und Hinweise verfügbar wären (vgl. VZ Nordrhein-Westfalen 2023). Die Hinweise sind folglich wichtige Entscheidungshelfer, die Verbraucher*innen am Verkaufspunkt an die Mehrwegoption erinnern.

3.2 Ausbleibende Kontrollen

Um die Umsetzung der gesetzlichen Pflichten einzuhalten, sind die Ordnungs- und Umweltämter zur stetigen Kontrolle angehalten. Dafür bedarf es der Benennung von Zuständigkeiten für den Vollzug. Aus den Antworten auf die schriftliche Anfrage des Abgeordneten Felix Reifschneider (FDP) an das Berliner Abgeordnetenhaus im Januar 2023 ging hervor, dass einen Monat nach Gesetzesereinführung die Zuständigkeiten für die Kontrolle in den meisten Berliner Bezirken völlig ungeklärt waren (vgl. Abgeordnetenhaus Berlin 2023: 3). Laut einer Abfrage des Rundfunks Berlin-Brandenburg (RBB) im Mai 2023 wurden in Berlin und Brandenburg bis Mitte des Jahres kaum Kontrollen durchgeführt (vgl. Noffke 2023). Neun der zwölf angefragten Berliner Bezirke hatten bis dato keine Kontrollen durchgeführt. Für Brandenburg belegte die Umfrage, dass mehr als die Hälfte der 18 Kommunalverwaltungen die Einhaltung der Mehrwegangebotspflicht bislang nicht kontrolliert hatten. Die zuständigen Ordnungs- und Umweltämter verwiesen zumeist auf fehlendes Personal. In den Berliner Bezirken Mitte und Reinickendorf waren erste Kontrollen durchgeführt worden, die einen erheblichen Nachholbedarf bei der Umsetzung offenlegten (vgl. Bezirksamt Berlin-Mitte 2023). In Berlin-Mitte fielen alle 17 kontrollierten Betriebe bei der Kontrolle durch. Allerdings sind diese Kontrollen für die flächendeckende Umsetzung der Mehrwegangebotspflicht entscheidend. Wird deren Umsetzung nicht überprüft, besteht die Gefahr einer Missachtung der Verpflichtungen. Sind bei erneuten Kontrollen Verstöße festzustellen, müssen die Sanktionsmöglichkeiten greifen, die Bußgelder in Höhe von bis zu 10.000 Euro bedeuten können.

3.3 Ausnahmeregelungen führen zu Verunsicherungen

Die Pflicht für Mehrwegalternativen bei Speisen gilt aktuell nur für Einwegkunststoff, also Verpackungen, die komplett oder zum Teil aus Kunststoffen bestehen. Bei Getränkebechern hingegen stehen Letztvertreibende in der Pflicht, eine Mehrwegverpackung für alle Materialien anzubieten. Es besteht die Gefahr, dass Anbieter diese Gesetzeslücke als Schlupfloch nutzen und bei Speisen auf Einwegverpackungen aus anderen Materialien umsteigen, anstatt eine Mehrwegvariante anzubieten. Laut der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz ersetzten einige Gastronom*innen ihre Einwegverpackungen aus Kunststoff durch Aluminium oder Pappe, um so der Mehrwegangebotspflicht zu entgehen (vgl. VZ Rheinland-Pfalz 2023: 9). Um dieser Ausweichbewegung entgegenzuwirken, plant die Bundesregierung bereits eine entsprechende Gesetzesnovelle. Laut Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) soll die Mehrwegangebotspflicht für Speisen und Getränke to go ab 2025 auf alle Materialien ausgeweitet werden (vgl. BMUV 2023: 2). Zudem sollen weitere notwendige Anpassungen vorgenommen werden, beispielsweise ein Einwegverbot in der Vor-Ort-Gastronomie

(z.B. in Schnellrestaurants) und ein Verbot von sogenannten Mogelpackungen, also die Verringerung der Füllmenge bei gleichbleibender Verpackung.

3.4 Information und Schulungen

Um bei der Umsetzung der Mehrwegangebotspflicht zu unterstützen, wurden von verschiedenen Akteur*innen umfangreiche Informationsmaterialien zur Verfügung gestellt. Die Bund/Länder Arbeitsgemeinschaft Abfall (LAGA) hat einen Leitfaden zur Umsetzung der Mehrwegangebotspflicht erarbeitet. Hier finden Gastronom*innen und Mitarbeitende der Verwaltung detaillierte Informationen zu den verpflichteten Betrieben, betroffenen Verpackungen, zu Spezialfällen und der Umsetzung in der Praxis. Ebenfalls sind Beispiele für die korrekte Umsetzung der Informationspflicht enthalten (vgl. LAGA 2023). Veröffentlicht wurde dieser Leitfaden jedoch erst im Mai 2023, fünf Monate nach Inkrafttreten des Gesetzes. Der Geschäftsführer des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA) Jürgen Benad kritisierte, dass es zu Beginn der Einführung noch viele offene Fragen zur konkreten rechtlichen Umsetzung gegeben habe (vgl. DEHOGA 2023a). Erst der Leitfaden biete Hilfe für alle von der Mehrwegangebotspflicht betroffenen Akteur*innen und könne einen einheitlichen Vollzug bei der Umsetzung gewährleisten. Auch der Lebensmittelverband Deutschland hat Merkblätter, Handreichungen und Informationsvideos für Gastronom*innen erstellt. Diese wurden auf deren Webseite veröffentlicht und dienen als Hilfestellung im hygienischen Umgang mit Mehrwegbechern, -behältnissen und -geschirr sowie der korrekten Befüllung von kundeneigenen Gefäßen (vgl. Lebensmittelverband 2020; 2021). Weiterhin stellt auch der DEHOGA-Verband Gastronom*innen notwendige Informationen auf seiner Webseite zur Verfügung (DEHOGA 2023b). Letztvertreibende können sich mit diesen Materialien über die Umsetzung der Mehrwegangebotspflicht informieren.

Für reibungslose Abläufe müssen die eingerichteten Mehrwegsysteme jedoch auch an die Mitarbeitenden vermittelt werden. Es muss sichergestellt werden, dass das Personal das System kennt und die richtige Handhabung der Mehrwegbehältnisse versteht. Verbraucher*innen berichteten Mitarbeiter*innen der Verbraucherzentrale Berlin, dass Mehrwegbehältnisse teilweise nicht ausgeliehen oder zurückgegeben werden konnten, weil die Beschäftigten das Buchungssystem nicht bedienen konnten oder mitgebrachte Gefäße aufgrund von Hygiene-Bedenken nicht annehmen wollten. Grundlegende Schulungen der Mitarbeitenden sind für die Umsetzung folglich von großer Bedeutung.

Die Deutsche Umwelthilfe bietet im Rahmen ihres Projekts *Mehrweg. Mach mit!* Schulungen zum Thema Mehrwegangebotspflicht an. Sie richten sich an Interessierte aus der Veranstaltungsbranche, Gastronomie, Kommunalwirtschaft und aus Verbänden, Nachhaltigkeitsinitiativen und Behörden. Diese Schulungen sollen zu einem erhöhten Verständnis der Mehrwegsysteme beitragen, Umweltauswir-

kungen vermitteln und Best-Practice-Beispiele bekannt machen (vgl. Deutsche Umwelthilfe 2024). Um die einzelnen Betriebe zu unterstützen, bedarf es jedoch darüber hinaus Schulungen für Mitarbeitende, die direkten Kundenkontakt haben. In dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz von August 2019 bis Juli 2022 geförderten Pilotprojekt *Klimaschutz is(s)t Mehrweg* (siehe Projektübersicht) heißt es in der Kurzdokumentation der Erprobungsphase: »Die sichtbaren Materialien sind in den meisten Fällen nicht ausreichend, um die Kundschaft für Mehrweg zu überzeugen. So wurden in verschiedenen Betrieben zusätzliche Maßnahmen vorgeschlagen und erprobt. Insbesondere die direkte Kund*innen-Ansprache erwies sich als sehr effizient und braucht dabei kaum Voraussetzungen, nur engagierte Mitarbeitende« (LIFE 2022a). Ein einfacher Hinweis für Kund*innen, wie im Gesetz verankert, ist daher eher als Mindeststandard zu verstehen. Darüber hinaus müssen die Mitarbeitenden aktiv eingebunden werden (siehe auch Beitrag von Süßbauer/Rubik/Sattlegger in diesem Band). Weitere Ergebnisse stehen auf der Webseite des Projekts zur freien Verfügung (LIFE 2022b).

3.5 Die Nachfrage beeinflusst das Angebot

Die Herausforderungen für Gastronom*innen im Zusammenhang mit der Einführung von Mehrwegbehältnissen sind vielschichtig und können für kleine Betriebe eine Belastung darstellen (vgl. DEHOGA 2023c). Um die Hygienevorgaben einhalten zu können, müssen teilweise bauliche und technische Voraussetzungen in den Verkaufsstätten geschaffen werden. Die Umstellung kann dementsprechend auch mit Kosten verbunden sein, was aufgrund der derzeitigen Arbeits- und Wirtschaftslage (Energiekrise, Kostensteigerungen, Arbeitskräftemangel) hemmend wirkt. Es ist anzunehmen, dass Gastronom*innen diese Kosten in Form von Preissteigerungen an die Verbraucher*innen weitergeben werden. Eine Möglichkeit, vor allem kleineren gastronomischen Betrieben Unterstützung zu bieten, sind gezielte städtische Anreize und kommunale Förderprogramme sowie Werbekampagnen. Die Städte Fellbach, Friedberg und Tübingen leisteten 2022 durch neue Förderprogramme Starthilfe für die Einführung eines Mehrwegsystems und boten Infoveranstaltungen an (vgl. Fellbach 2022; Friedberg 2022; LIFE 2022c). Wichtig ist, solche Förderprogramme bei den potenziellen Fördermittelnnehmer*innen bekannt zu machen. Eine direkte Ansprache über die Stadtverwaltung ist daher wünschenswert. Mit einer erfolgreichen Mehrwegförderung und weniger Verpackungsabfällen können möglicherweise auch Entsorgungskosten eingespart werden, was für Städte und Kommunen vorteilhaft ist.

Allerdings spielt auch die Nachfrage für die Gastronomie eine wichtige Rolle. Die Haupt-geschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbands, Ingrid Hartges, gab Anfang des Jahres 2023 an, dass die Betriebe bis dato keine nennenswerte erhöhte Nachfrage nach Mehrwegverpackungen registrieren konnten (vgl. DEHOGA 2023c).

Dies hängt vermutlich mit den oben genannten Gründen zusammen, die bisher verhindern, dass Verbraucher*innen vom Mehrwegangebot erfahren.

Aber auch für Gastrounternehmen bietet das Mehrwegangebot große Chancen. Das Fraunhofer-Institut hat ermittelt, dass Mehrwegsyste m e langfristig kostengünstiger und ressourcenschonender seien. Bereits ab einer fünfmaligen Wiedernutzung sind Mehrwegverpackungen preislich konkurrenzfähig mit Einwegverpackungen, ab einer fünfzigmaligen Nutzung ein wesentlicher Vorteil. Mit einer gesteigerten Nachfrage könnten durch Einsparungen von Einwegverpackungen die Investitionen in Logistikaufbau, Lagerplatz und Reinigungstechnik abgemildert werden (vgl. Bertling et al. 2022: 99ff.). Auch Kleinhückelkotten und Kollegen (2022: 31f.) stellen in einer Beispielrechnung über Kosten für die Poolsystem-Teilnahme im Vergleich zur Nutzung von Einwegverpackungen fest, dass sich das Mehrwegangebot für Gastronom*innen rechnet. Die Verwendung eines von Kund*innen mitgebrachten Gefäßes erspare die Kosten für eine Einwegverpackung gänzlich (*siehe auch Beitrag von Süßbauer/Schleidt in diesem Band*).

4. Relevante Änderungen für Verbraucher*innen in der Gestaltung der Mehrweginfrastruktur

4.1 Standardisierte Gefäße und einheitliche Poolsysteme

Einige große Unternehmen haben ein eigenes Mehrwegsyste m eingeführt. Die Behältnisse können dann nur bei Restaurants der jeweiligen Kette zurückgegeben werden. Verbraucher*innen müssen daher immer wieder zum gleichen Anbieter zurück. Unternehmen schaffen auf diese Weise eine Art der Kundenbindung. Diese Vorgehensweise ist für Verbraucher*innen jedoch besonders unpraktisch. Die Nutzung von Pool-Mehrwegsyste m en für Speisen und Getränke zum Mitnehmen ist hingegen generell positiv zu bewerten. In verschiedenen Restaurants wird ein Kontingent an gleichen Verpackungen genutzt. Diese werden nach der Benutzung durch Gastrounternehmen oder einen externen Dienstleister gespült und erneut genutzt. Verbraucher*innen können die Verpackung bei allen Gastronom*innen, die dieses System verwenden, zurückbringen. Dies bringt den entscheidenden Vorteil mit sich, dass der Aufwand für die Rückgabe gering gehalten wird und nicht jede*r Gastronom*in ein eigenes System vorhalten muss. Aktuell gibt es acht verschiedene Systeme, die in Deutschland gut verbreitet sind (Vytal, Relevo, Recup/Rebowl, Recircle, Fairbox, Einfach Mehrweg, Tiffin Loop, PFABO). Hinzu kommen viele kleinere regionsspezifische Systeme. Mit steigender Anzahl an verschiedenen Systemen verdichtet sich jedoch die Rückgabestellen-Problematik. Verbraucher*innen müssen sich dann gezielt über die Rückgabestellen ihres Gefäßes informieren, was ein Hemmnis für die Wahl einer Mehrwegverpackung darstellt (vgl. Süßbauer

et al. 2024: 33). Der WWF Deutschland hat eine Übersichtskarte erstellt und damit zunächst die technische Voraussetzung für transparente Informationen zu allen Systemen geschaffen (WWF 2023). Verbraucher*innen und Betreiber*innen können eintragen, welches Mehrwegsystem bei welchen Standorten zu finden ist, um eine Übersicht über das gesamte Mehrwegangebot in der Gegend abzubilden. Dennoch ist der wichtigere Schritt, einfache und bequeme Rückgabemöglichkeiten zu schaffen. Laut Umfrage der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen wünschen sich 42 Prozent der Verbraucher*innen einheitliche Poolsysteme und mehr Rücknahmestellen, um Mehrweg öfter zu nutzen (vgl. VZ Nordrhein-Westfalen 2023). Auch der Lebensmitteleinzelhandel könnte hierbei eine Rolle spielen und als Abgabeort genutzt werden.

Mehrweg zu nutzen, solle so einfach wie möglich sein. Das schaffe Akzeptanz bei Gästen sowie Unternehmer*innen und erhöhe demnach auch die Nachfrage in der Gastronomie, betont Ingrid Hartges (vgl. DEHOGA 2023c). Folglich ist ein Hebel die Standardisierung und Normung von Prozessen und Behältern sowie eine harmonisierte Rücknahme, Reinigung und Transportlogistik (*siehe auch Beitrag von Engelt/Wilts/Pillmann in diesem Band*). Solche standardisierten Behältnisse, die von mehreren Unternehmen in ganz Deutschland genutzt werden, gibt es bereits im Mehrwegbereich, beispielsweise bei Getränkeflaschen und Joghurtgläsern. Von diesem System gilt es zu lernen, ohne seine Fehler zu wiederholen. Die Umsetzungsallianz *mehrweg.einfach.machen* (WWF Deutschland, ProjectTogether, Mehrwegverband Deutschland) plant nun auch für Mehrwegverpackungen ein praktisches Experiment dazu (vgl. ProjectTogether 2023).

Die Initiative »Reallabor: Rückgabe im öffentlichen Raum in München« beginnt voraussichtlich im Januar 2024 und untersucht in einer zwölfmonatigen Testphase, ob eine verbesserte Rückgabefrastruktur einen Einfluss auf die Nutzung von Mehrwegverpackungen hat. Die Besonderheit dieses Experiments liegt darin, dass die Automaten erstmals Behältnisse der drei großen Mehrwegsysteme Recup, Vytal und Relevo gleichzeitig akzeptieren, was die Rückgabe für die Nutzer*innen vereinfachen soll. Solche Pilotprojekte und Forschungsvorhaben können einen wichtigen Beitrag für eine praxisnahe Umsetzung leisten.

Mehr Rückgabestellen sind nicht nur aus Gründen der Praxistauglichkeit für Verbraucher*innen notwendig. Extrafahrten beeinträchtigen auch ökologische Vorteile einer Mehrwegverpackung. Wird beispielsweise eine Fahrt zum Rückgabeort mit dem eigenen Auto zurückgelegt, sinkt die positive Ökobilanz einer Mehrwegverpackung um ein Vielfaches. Laut Umfrage der Nachwuchsforschungsgruppe PuR transportieren 70 Prozent der befragten Menschen ihre Mehrwegbehälter mit dem eigenen Auto (vgl. Süßbauer et al. 2024: 26). Aus diesem Grund gewinnt eine verbesserte Rückgabefrastruktur umso mehr an Bedeutung.

4.2 Lieferdienste einbeziehen

Auch wenn Betriebe ihre Speisen über einen Lieferdienst vertreiben, sind sie in vollem Umfang dafür verantwortlich, Mehrwegoptionen anzubieten (vgl. § 34ff. VerpackG). Die Kommunikationsmanagerin von Lieferando, einer der größten Lieferdienstplattformen in Deutschland, beschreibt in einem Interview mit dem Nachrichtenportal watson: »Entweder sie bieten ihr eigenes Mehrweg-Geschirr an, das bietet sich bei größeren Läden an. Oder sie arbeiten mit einem unserer drei Partner*innen zusammen: Rebowl, Vytal oder Relevo« (Andreoli 2023). Weiterhin heißt es in dem Artikel, Nutzende würden die Anbieter*innen mit Mehrwegbehältnissen finden, indem sie in der Suchleiste lediglich den Suchbegriff »Mehrwegverpackung« eingegeben. Dann würden alle Anbietenden mit Mehrwegbehältnissen angezeigt. Die Nutzenden müssen außerdem die App der*s entsprechenden Anbieter*in herunterladen und im Zuge der Bestellung eine Nutzer-ID (sogenannter Token) im Kommentarfeld eingeben. Mit einer solch umständlichen Praxis und der aktiven Suche eines Restaurants mit Mehrwegverpackungen ist nicht zu erwarten, dass diese Option in großem Umfang genutzt wird. Es braucht daher auch auf den Lieferdienstplattformen deutliche Informationen und Hinweise für die Mehrwegalternative sowie ein deutlich einfacheres Buchungssystem, z. B. einen »Mehrweg-Button«.

4.3 Handhabung der Behälter ausreichend und verständlich kommunizieren

Die Hälfte der Verbraucher*innen reinigt die Mehrwegbehältnisse nach der Nutzung zu Hause in der Spülmaschine (vgl. Süßbauer et al. 2024: 29). Dies ist jedoch nicht notwendig, da sie nach der Rückgabe gründlich gereinigt werden müssen. Eine zu sorgfältige Spülung seitens der Nutzer*innen verbraucht demnach unnötig Ressourcen. Bouchet und Boucher (2021: 28) ermittelten in einer Studie zu den Umweltauswirkungen von Mehrwegverpackungen, dass das Spülen sowohl bei der Reinigung von Hand als auch in der Maschine den größten negativen Einfluss auf die Ökobilanz hätte. Dies sei auf den Energieverbrauch beim Wassererhitzen zurückzuführen. 37 Prozent der Befragten der Umfrage der Nachwuchsforschungsgruppe PuR gaben an, dass sie häufiger Mehrwegbehälter nutzen würden, wenn keine Reinigung notwendig wäre (vgl. Süßbauer et al. 2024: 37). Es bedarf hier wirksamer Kommunikation über die Handhabung der Mehrwegbehältnisse, um die ökologischen Vorteile zu erzielen und den Präferenzen der Verbraucher*innen gerecht zu werden. Der Poolanbieter Vytal schreibt dazu auf seiner Webseite: »Wir bitten darum, dass du deine Vytals nach dem Verzehr einmal mit kaltem Wasser ausspülst, bevor du sie deinen Vytal Partner:in zurückbringst.« (Vytal o.J.). Allerdings berichteten Verbraucher*innen den Mitarbeitenden der Verbraucherzentrale Berlin davon, dass nur leicht gereinigte Behälter in der Gastronomie nicht zurückgenommen

wurden. Demnach muss auch auf Seite der Gastrounternehmen über die korrekte Reinigung aufgeklärt werden. Laut der Praxis-Handreichung »Essen in Mehrweg« (vgl. Fuchs/Ackermann/Adamczyk-Lewoczko 2022: 5) sollte der Behälter erst dann gründlich durch die Kund*innen gereinigt werden, wenn er mehrere Tage bei ihnen zu Hause aufbewahrt wird. Eine lange Lagerung der Behälter zu Hause ist jedoch eher nachteilig für das System, da die Behältnisse im Umlauf fehlen und gegebenenfalls neue produziert werden müssten. Ein Schwerpunkt in der öffentlichen und direkten Kommunikation sollte daher auf eine schnelle Rückgabe durch die Verbraucher*innen gelegt werden, um die ökologischen Vorteile einer Mehrverpackung optimal nutzen zu können. Diese Praxis wird jedoch nur mit ausreichend Abgabestellen realisierbar sein.

Eine Möglichkeit, um die Rückgabe von Mehrwegbehältnissen zu erreichen, sind finanzielle Anreize, wie beispielsweise Pfandzahlungen für zurückgegebene Verpackungen. Dieses Modell (beispielsweise Recup, Faircup), welches an das Flaschenpfandsystem erinnert, hat sich bereits bewährt und motiviert Verbraucher*innen, ihre Verpackungen zurückzubringen. Allerdings spielt hier die zeitliche Komponente keine Rolle. Dies führt dazu, dass Verpackungen häufig über eine sehr lange Zeit in den Haushalten aufbewahrt werden. Laut Süßbauer und Kolleg*innen (2024: 27) behalten circa die Hälfte der Verbraucher*innen die Verpackungen länger als eine Woche. Bei den app-basierten Systemen (beispielsweise Vytal, Relevo) können Mehrwegverpackungen kostenfrei ausgeliehen werden. Diese müssen dann innerhalb von 14 Tagen zurückgegeben werden. Eine Verzögerung ist mit einer Strafzahlung verbunden. Vytal gibt auf seiner Webseite an, dadurch eine 99-prozentige Rücklaufquote innerhalb von 14 Tagen zu erreichen. Dieses System scheint demnach effektiv zu sein, um eine zeitnahe Rückgabe zu erzielen. Allerdings stellt die app-basierte Variante eine Barriere für weniger digitalaffine Verbraucher*innen dar.

5. Förderung der Nutzungsbereitschaft bei Verbraucher*innen

Die PuR-Repräsentativbefragung hat ergeben, dass Mehrwegsysteme wie Recup wenig bekannt sind. Nur 20 bis 30 Prozent der Befragten kennen demnach in ihrer Umgebung »ein paar Betriebe« (Supermärkte, Restaurants, Imbisse, Liefersdienste), die Mehrwegverpackungen anbieten (vgl. Süßbauer et al. 2024: 32). Daher sind weitere öffentlichkeitswirksame Informationskampagnen aller Akteur*innen in diesem Bereich wünschenswert, damit Mehrweg in die Breite getragen wird. Sowohl Städte und Kommunen, NGOs, Abfallentsorgungsbetriebe als auch Verbraucherschutzorganisationen müssen das Thema immer wieder in der Öffentlichkeit platzieren und somit die Aufmerksamkeit der Verbraucher*innen darauf

lenken. Es muss auf allen Ebenen aktiv Werbung für Mehrweg gemacht werden, um ein »neues Normal« in die Gesellschaft zu bringen.

5.1 Verbraucher*innenbildung

Die Verbraucherzentralen verfolgen das Ziel, Verbraucher*innen zu Aspekten des privaten Konsumverhaltens anbieterunabhängig und neutral zu informieren und zu beraten. Neben Themen wie Finanzen, Rechts- und Energieberatung werden Bürger*innen auch zu Ernährung und Umwelt informiert. In diesem Zusammenhang werden Verbraucher*innen auch auf das neue Recht, Take-away-Gerichte in Mehrwegverpackungen erhalten zu können, aufmerksam gemacht und die Umsetzung in Gastrounternehmen mit sogenannten Marktchecks (stichprobenartige Kontrollen) überprüft. Damit leisten sie einen Beitrag zur Wissensvermittlung und Aufklärungsarbeit. Die Verbraucherzentralen organisieren Informationsveranstaltungen, Workshops und (Online-)Seminare, um direkt mit Verbraucher*innen in Kontakt zu treten und bieten verschiedene Informationsmaterialien auf ihren Webseiten an. Die widersprüchlichen Ergebnisse in der Umfrage von PuR deuten darauf hin, dass bei vielen Verbraucher*innen das grundlegende Verständnis und Wissen zu Mehrwegsystemen fehlt (vgl. Süßbauer et al. 2024: 45). Daher sind Bildungs- und Aufklärungsmaßnahmen von großer Bedeutung. Verbraucher*innen benötigen ein besseres Verständnis für die Abfallhierarchie (Vermeiden, Wiederverwenden, Trennen) sowie praktische Hinweise zur Handhabung der ausgeliehenen Gefäße, zum Beispiel wo und bis wann diese zurückgegeben werden können. Damit wird eine bewusstere Entscheidungsfindung gefördert.

5.2 Werbung auf allen Ebenen

Neben der gezielten Verbraucherbildung sind ebenfalls Informationskampagnen und Öffentlichkeitsarbeit elementar. In Berlin hat die Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt beispielsweise eine Werbekampagne für Mehrweg gestartet. Mit dem Slogan »Hauptsache Mehrweg« sollen Verbraucher*innen sensibilisiert werden. Außerdem deklariert die Senatsverwaltung »Egal was man isst, egal wo man bestellt: Es gibt immer eine Mehrweg-Lösung. Die Nachfrage beeinflusst das Angebot. Deshalb: Fragen Sie nach! Informieren Sie sich über die Möglichkeiten.« (vgl. Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt 2023). Solche Kampagnen können dazu beitragen, dass Verbraucher*innen über das Angebot informiert werden.

Die Kampagne »Essen in Mehrweg« unterstützte die Verbreitung und Etablierung von Mehrwegsystemen in der Gastronomie und adressiert neben Gastronom*innen ebenfalls Multiplikator*innen wie Kommunen und Initiativen. Die Handreichung liefert für verschiedene Bedarfe und Zielgruppen kreative Maß-

nahmen und Praxisbeispiele (vgl. Fuchs/Ackermann/Adamczyk-Lewoczko 2022). Beispielsweise über Belohnungssysteme in Form von Rabatten, Treuepunkten, First-in-line-Angeboten oder informativen Materialien, wie Broschüren, Poster und Kundenstopper können Verbraucher*innen über Mehrweg informiert und gleichzeitig auf den gastronomischen Betrieb aufmerksam gemacht werden.

5.3 Nudging

Mehr als 90 Prozent aller Verbraucher*innen wissen laut einer repräsentativen Umfrage des Arbeitskreises Mehrweg, dass Mehrweg die nachhaltigere Verpackung ist (vgl. Arbeitskreis Mehrweg GbR 2021). Dieses Wissen spiegelt sich jedoch nicht in der Nutzung der Mehrwegalternativen wider. Einerseits liegt das auch an mangelnden Angeboten, fehlenden Hinweisen und unzureichenden Informationen. Jedoch ist auch die Nachfrage derzeit begrenzt. Die Intentions-Verhaltens-Lücke bezieht sich auf die Diskrepanz zwischen den Absichten oder Vorsätzen einer Person und ihrem tatsächlichen Verhalten. Gerade im Bereich Nachhaltigkeit klafft aus verschiedenen Gründen eine große Lücke zwischen Denken und Handeln (vgl. ElHaffar/Durif/Dubé 2020). Beispielsweise kann ein Mangel an Ressourcen wie Zeit oder Energie dazu führen, dass Menschen ihre beabsichtigten Handlungen nicht umsetzen. Ein vielversprechender Ansatz zur Förderung der Mehrwegnutzung besteht darin, die Wahl der Mehrwegvariante als einfacher und bequemer zu positionieren. Menschen müssen informiert, motiviert und erinnert werden, um eine Übereinstimmung zwischen ihren nachhaltigen Intentionen und ihrem tatsächlichen Handeln herzustellen. Da Verbraucher*innen oft spontane und intuitive Entscheidungen treffen, ist der Verkaufspunkt (Point-of-Sale) ein entscheidender Bereich, um sie abzuholen und in den Transformationsprozess einzubeziehen (*siehe auch Beitrag von Rubik in diesem Band*). Die Festlegung von Mehrweg als Standardeinstellung, also als Default-Option, wird laut Umweltbundesamt als effektiver »Nudge« empfohlen, um die Auswahl von Mehrwegverpackungen zu fördern (vgl. Kauertz/Schlecht/Markwardt 2019: 181). Nudging (engl. to nudge, »stupsen«) beschreibt kleine Verhaltensimpulse, die das angestrebte Verhalten fördern. Demnach müssten Verbraucher*innen beispielsweise beim Online-Bestellen aktiv Einweg auswählen oder im Restaurant explizit nach einer Einwegverpackung fragen. Dieses Prinzip, als Opt-out (engl. to opt out (of), »sich gegen etwas zu entscheiden«) bekannt, setzt einen zusätzlichen Aufwand für die Verbraucher*innen voraus. Es ist anzunehmen, dass einige Personen diesen Zusatzaufwand vermeiden und daher eher zu Mehrweglösungen tendieren. Auch ein Sichtbarmachen der Mehrwegvariante in einer stilvollen Auslage auf Augenhöhe (z.B. direkt in Mehrweg vorverpackte Salate zum Mitnehmen) kann dazu dienen, Verbraucher*innen am Point-of-Sale zu deren Nutzung zu animieren. Die Umsetzungsallianz *mehrweg.einfach.machen* erprobt aktuell verschiedene solcher Nudges auf ihre Wirksamkeit (Umsetzungsallianz mehrweg.ein-

fach.machen o.J.). Hier bedarf es an weiterer Forschung, um wirksame Methoden zu identifizieren.

5.4 Selbstwirksamkeit fördern und Intentions-Verhaltens-Lücke schließen

Neben dem oben genannten Mangel an Ressourcen können auch externe Einflüsse wie soziale Normen und Gruppendruck das individuelle Verhalten erheblich beeinflussen und es von den ursprünglichen Absichten abweichen lassen. Die Nutzung sozialer Normen als Hebel zur Förderung nachhaltigeren Verhaltens hat sich als wirksam erwiesen. Eine bedeutende Rolle spielt hierbei die Stärkung des Gemeinschaftsgefühls (»Ich bin nicht allein«), da kollektives Handeln einen substanziellen Unterschied bewirken kann. Nach einem 14-wöchigen Experiment der Leuphana Universität Lüneburg kamen Loschelder und Kollegen (2019) zu dem Ergebnis, dass ein Hinweisschild mit der Aufschrift »Immer mehr Kunden wechseln von To-go-Bechern zu einer nachhaltigen Alternative. Seien Sie ein Teil dieser Bewegung und wählen Sie einen wiederverwendbaren Becher« in einem Café zu einer um 17 % gesteigerten Nutzung von Mehrwegbechern führte. Die Förderung eines kollektiven Bewusstseins für nachhaltiges Handeln ermöglicht es also, Verhaltensänderungen in Richtung nachhaltigerer Praktiken zu lenken. Eine weitere zielgerichtete Maßnahme könnte die Schulung der Mitarbeitenden am Verkaufspunkt im Bereich der Kommunikation sein, damit gezielt auf das Mehrwegangebot hingewiesen wird. In Geschäften, deren Kundschaft und Personal eine grundsätzliche Offenheit mitbringt, kann eine Frage wie »Wie hätten Sie es gern: normal oder in Einweg?« signalisieren, dass Mehrweg in diesem Geschäft zur Routine gehört. Durch die Berücksichtigung sozialer Normen kann diese Kommunikationsstrategie die Entscheidung für Mehrweg fördern (»Wie handelt mein Umfeld?«). Kommunikation spielt eine zentrale Rolle bei der Überbrückung der Intentions-Verhaltens-Lücke. Die Etablierung von Mehrweg als Norm, die Betonung gemeinschaftlicher Anstrengungen zur Erzielung von Veränderungen und die Vermittlung von Selbstwirksamkeit und Einflussmöglichkeiten sind dabei entscheidende Aspekte. Allerdings muss dabei darauf geachtet werden, dass das Gastpersonal, das oft unter erschwerten Arbeitsbedingungen und bei geringem Gehalt beschäftigt ist, nicht zusätzlich belastet wird.

5.5 Finanzielle Anreize

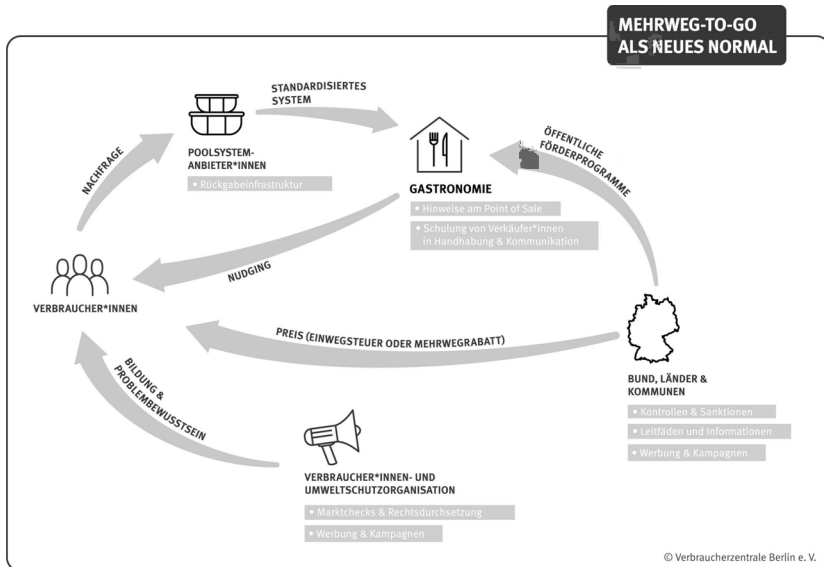
Eine Umfrage der Deutschen Umwelthilfe hat gezeigt, dass Verbraucher*innen sich einen finanziellen Anreiz auf Mehrwegoptionen wünschen (vgl. Fischer 2023: 1). Allerdings haben Erfahrungen gezeigt, dass Vergünstigungen nicht zu einer gesteigerten Nutzung der Mehrwegbehälter führen (vgl. Poortinga/Whitaker 2018: 7). Die Einführung einer Gebühr für Einwegbecher trug interessanterweise dazu bei, die

Präferenz für Mehrwegbecher zu fördern. Auch kostenfreie Mehrwegbecher führen mittel- bis langfristig zu einem deutlichen Anstieg bei der Nutzung (ebd.). Auch Kauertz und Kolleg*innen (2019: 180) haben geäußert, dass im Vergleich zu Rabatten für die Mehrwegoption eine Lenkung der Kundschaft besonders effektiv ist, wenn ein Aufpreis von bis zu 40 Cent für Einwegprodukte zu zahlen ist. Eine teurere Einwegoption kann einerseits von Gastronom*innen selbst durchgesetzt werden, indem sie die Preise für Einwegverpackungen separat ausweisen und an die Kundschaft weitergeben. Die Mehrwegalternative sollte dabei kostenneutral und daher günstiger sein. Andererseits ist eine kommunale Verpackungssteuer, wie sie seit Januar 2022 in Tübingen materialunabhängig für alle Einwegverpackungen gilt (vgl. Universitätsstadt Tübingen 2021), eine Möglichkeit, diese Kosten für Einwegverpackungen sichtbar zu machen. Zahlen müssen diese die Verkaufsstellen von Einwegverpackungen, -geschirr und -besteck, die darin Speisen und Getränke für den sofortigen Verzehr oder zum Mitnehmen ausgeben. Die Einnahmen der Steuern werden wiederum in eine Förderung der Mehrweginfrastruktur gesteckt.

6. Fazit

Die gesetzliche Mehrwegangebotspflicht ist ein wichtiger Schritt in Richtung nachhaltiger Verpackungslösungen und Abfallreduktion. Trotzdem sind aktuell noch deutliche Mängel in der Umsetzung erkennbar. Es ist besonders problematisch, dass die Entscheidung zur Reduktion des Verpackungsmülls auf den Schultern der Verbraucher*innen abgeladen wird. Ausschließlich von ihrem Verantwortungsbewusstsein ist es abhängig, ob Mehrwegsysteme die Ära der Einwegverpackungen ablösen oder nicht. Eine solch große gesamtgesellschaftliche Veränderung kann jedoch nicht durch eine einzige Akteur*innengruppe herbeigeführt werden. Eine Zusammenarbeit von Verbraucher*innen, Unternehmen, Regierungen, Forschungseinrichtungen, Abfallbetrieben und Poolsystem-Anbieter*innen ist notwendig, um nachhaltigere Veränderungen zu bewirken. Eine Vereinheitlichung der Systeme gemeinsam mit einer verbesserten Rückgabefrastruktur scheint besonders wichtig, um Mehrweg als »neues Normal« zu etablieren. Der Lebensmitteleinzelhandel bietet die Möglichkeit, Rückgabeautomaten für die einheitlichen Systeme aufzustellen, an denen Verbraucher*innen ohne zusätzliche Wege Becher und Boxen gemeinsam mit ihren Pfandflaschen zurückbringen können. Eine Abgabe auf Einwegverpackungen hat sich als wirksam erwiesen, um die Auswahl der Mehrwegverpackung zu fördern. Schlussendlich müssen auch Kommunikationsmaßnahmen ergriffen und soziale Normen adressiert werden, um eine gesellschaftliche Transformation zu bewirken. Es braucht demnach eine umfassende und koordinierte Anstrengung entlang der gesamten Akteur*innenkette und auf verschiedenen Ebenen der Gesellschaft (s. Abb. 1).

Abb. 1: Zusammenspiel relevanter Akteur*innen und ihr Einfluss auf das Mehrwegnutzungsverhalten von Verbraucher*innen



© Verbraucherzentrale Berlin e.V.

Die häufige Nutzung von Mehrweg und die damit einhergehende Verringerung von Einwegverpackungen muss oberste Priorität bekommen. Hier können Forschungsinstitute einen besonders wichtigen Beitrag leisten. Sie müssen entwickelte Maßnahmen auf ihre Wirksamkeit untersuchen. Sie können erarbeiten, wie die Angebote präsentiert werden und die Rückgabefruchtstruktur aufgebaut sein muss, damit Verbraucher*innen Mehrwegsysteme nutzen möchten. Außerdem müssen bestehende Lücken im Gesetz geschlossen werden und die Einhaltung streng kontrolliert werden. Nur wenn die Herausforderungen bei der Implementierung von Mehrwegsystemen erfolgreich bewältigt werden und klare Verantwortlichkeiten für die Rechtsdurchsetzung definiert sind, werden Verbraucher*innen die Möglichkeit haben, Mehrweg to go zum »neuen Normal« zu machen.

Anmerkungen

Der Text wurde im November 2023 verfasst. Beide Autorinnen haben zu gleichen Teilen zum Beitrag beigetragen.

Literaturverzeichnis

- Abgeordnetenhaus Berlin (2023): Wie funktioniert die Umsetzung der Mehrwegangebotspflicht für Speisen und Getränke in Charlottenburg-Wilmersdorf?. Schriftliche Anfrage des Abgeordneten Felix Reifschneider (FDP) vom 26. Januar 2023 und Antwort vom 13. Februar 2023, Berlin.
- Andreoli, Josephine (2023): »Lieferando erklärt Service: So soll die Rückgabe von Mehrweg-Geschirr ablaufen«, in: watson vom 05.01.2023. Online verfügbar: <https://www.watson.de/nachhaltigkeit/nachhaltig%20leben/254281633-lieferando-erklaert-service-so-soll-die-rueckgabe-von-mehrweg-geschirr-laufen> (abgerufen am 07.03.2024)
- Arbeitskreis Mehrweg GbR (2021): »Jährliche Verbraucherumfrage des Arbeitskreises Mehrweg – Verbraucher*innen unterscheiden besser zwischen Einweg und Mehrweg«, Pressemitteilung vom 02.02.2021, Bonn. Online verfügbar: <https://www.mehrweg.org/neuigkeiten/news/verbraucherinnen-unterscheiden-besser-zwischen-einweg-und-mehrweg/> (abgerufen am 05.03.2024).
- Bertling, Jürgen/Dobers, Kerstin/Kabasci, Stephan/Schulte, Anna (2022): Kunststoffbasierte Mehrwegsysteeme in der Circular Economy – eine Systemanalyse, Oberhausen/Dortmund: Fraunhofer Cluster of Excellence Circular Plastics Economy CCPE.
- Bezirksamt Berlin-Mitte (2023): »Mehrwegangebotspflicht – Kontrollen zeigen erheblichen Nachholbedarf«. Pressemitteilung Nr. 095/2023 vom 20.04.2023, Berlin.
- Bouchet, Alexandre/Boucher, Julien (2021): reCIRCLE Lebenszyklus- und Kreislaufanalyse. Online verfügbar: https://swissrecycle.ch/fileadmin/user_upload/pdfs/Gemeinden_Sammelstellen/Muster_und_Vorlagen/210629_EA_analysis_Re_circle_FINAL_v2_DE.pdf (abgerufen am 05.03.2024).
- BMUV (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz) (2023): Weniger Verpackungsmüll – mehr Wahlfreiheit – Schluss mit Mogelpackungen. ECKPUNKTE zum Gesetz für weniger Verpackungsmüll, Berlin.
- DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) (2023a): »DEHOGA-Geschäftsführer Jürgen Benad zum Thema Mehrwegangebotspflicht«, Pressemitteilung vom 12.05.2023. Online verfügbar: https://www.dehoga-bundesverband.de/presse-events/pressemitteilungen/detail/news/dehoga-geschaeftsfuhrer-juergen-benad-zum-thema-mehrwegangebotspflicht/?tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=236fca3734020097184806c5c9ed342c (abgerufen am 05.03.2024).
- DEHOGA (2023b): Mehrwegangebotspflicht seit Januar 2023. Online verfügbar: <https://www.dehoga-bundesverband.de/branchenthemen/mehrwegangebotspflicht/> (abgerufen am 01.03.2024)

- DEHOGA (2023c): »DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges zur neuen Mehrwegangebotspflicht«, Pressemitteilung vom 20.01.2023.
- Deutsche Umwelthilfe (2024): Mehrweg. Mach mit! Online verfügbar: <https://mehrweg-mach-mit.de/> (abgerufen am 01.03.2024)
- ElHaffar, Ghina/Durif, Fabien/Dubé, Laurette (2020): »Towards closing the attitude-intention-behavior gap in green consumption: A narrative review of the literature and an overview of future research directions«, in: *Journal of Cleaner Production*, 275, 122556.
- Fischer, Thomas (2023): Repräsentative Umfrage unter Verbraucher*innen in Berlin. Berlin: DUH (Deutsche Umwelthilfe e.V.).
- Fellbach (2022): Schneller Einstieg ins Mehrweg-Pfandsystem wird gefördert, Pressemitteilung vom 22.05.2023, Fellbach, Pressereferat der Stadt. Online verfügbar: <https://www.fellbach.de/de/Aktuelles/Nachrichten/Nachricht?view=public&item=article&id=1615> (abgerufen am 05.03.2024).
- Friedberg Kreisstadt (2022): Essen und Trinken ohne Verpackungsmüll/ Förderrichtlinie zur Einführung von Mehrweg- statt Einwegbehältern in der Kreisstadt Friedberg (Hessen), Beschlussvorlage Drucksachen-Nr. 21–26/0173 vom 13.09.2021. Online verfügbar: https://www.ratsinfo-friedberg-hessen.de/buergerinfo/voo050.php?__kvonr=7969 (abgerufen am 05.03.2024).
- Fuchs, Nina/Ackermann, Anna/Magdalena, Adamczyk-Lewoczko (2022): Praxis-Handreichung, Tipps und Anregungen zur Förderung der Mehrwegnutzung in der Takeaway-Gastronomie.
- Greenpeace (2023): Deutschland macht den Mehrweg-Test, Ergebnisse der bundesweiten Greenpeace-Recherche, Hamburg.
- Instel, Katharina/Detloff, Kim (2018): Einweggeschirr und To-Go-Verpackungen, Abfallaufkommen in Deutschland 1994 bis 2017, 1. Auflage, Berlin: NABU (Naturschutzbund Deutschland).
- Jetzke, Tobias/Richter, Stephan (2020): »Hochwertiges Recycling für eine Kunststoffkreislaufwirtschaft«, in: Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB) (Hg.), Themenkurzprofil Nr. 35, Berlin.
- Kauertz, Benedikt/Schlecht, Samuel/Markwardt, Stefanie (2019): Untersuchung der ökologischen Bedeutung von Einweggetränkebechern im Außer-Haus-Verzehr und mögliche Maßnahmen zur Verringerung des Verbrauchs, Abschlussbericht, Texte 29/2019, Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Kleinhückelkotten, Silke/Berendt, Dieter/Neitzke, Hans-Peter (2021): Mehrweg in der Takeaway-Gastronomie. Grundlagen und Erfahrungen aus dem Projekt »Klimaschutz is(s)t Mehrweg«. 2. überarb. und ergänzte Auflage, Bugewitz: ECOLOG-Institut.
- LAGA (Bund/Länder Arbeitsgemeinschaft Abfall) (2023): Leitfaden zur Umsetzung der Mehrwegangebotspflicht nach §§ 33, 34 Verpackungsgesetz (VerpackG). Berlin: Bund/Länder-Arbeitsgemeinschaft Abfall.

- Lebensmittelverband Deutschland e.V. (2020): Merkblatt »Mehrweg-Behältnisse« – Hygiene beim Umgang mit kundeneigenen Behältnissen zur Abgabe von Lebensmitteln in Bedienung oder Selbstbedienung, Berlin.
- Lebensmittelverband Deutschland e.V. (2021): Merkblatt »Pool-Geschirr« – Hygiene beim Umgang mit Mehrweggeschirren innerhalb von Pfand-Poolsystemen, Berlin.
- LIFE e.V./BUND – Landesverband Bremen und ECOLOG-Institut (2022a): Kurzdokumentation der Erprobungsphase. Online verfügbar: <https://esseninmehrweg.de/kurzdokumentation-der-erprobungsphase-neu/> (abgerufen am 05.03.2024).
- LIFE e.V. (2022b): Essen in Mehrweg: Materialien. Online verfügbar: <https://esseninmehrweg.de/materialien/> (abgerufen am 01.03.2024).
- LIFE e. V. (2022c): Beispiele für kommunale und lokale Initiativen zur Förderung von Mehrweg im Takeaway-Bereich, Berlin.
- Loschelder, David/Siepmeyer, Henrik/Fischer, Daniel/Rubel, Julian A. (2019): »Dynamic norms drive sustainable consumption: Norm-based nudging helps café customers to avoid disposable to-go-cups«, in: *Journal of Economic Psychology*, 75, Part A.
- McDonalds (2023): McDonalds Deutschland Mehrwegverpackungen mit Deckel. Online verfügbar: <https://www.mcdonalds.com/de/de-de/GermanyNewsroom/media-asset/media-article/mcdonalds-deutschland-mehrwegverpackungen-mit-deckel.html> (abgerufen am 01.03.2024).
- Meyer, Anna Natalie/Lutz, Birgit/Bergmann, Melanie (2023): »Where does Arctic beach debris come from? Analyzing debris composition and provenance on Svalbard aided by citizen scientists«, in: *Frontiers in Marine Science*, 10, 1092939.
- Noffke, Oliver (2023): »Mehrwegangebotspflicht in der Gastronomie – Neues Gesetz zur Müllvermeidung wird kaum kontrolliert«, in rbb24 (Rundfunk Berlin-Brandenburg) vom 8.5.2023, Berlin. Online verfügbar: <https://www.rbb24.de/politik/beitrag/2023/05/mehrwegangebotspflicht-verpackungsmuell-gastronomie-keine-kontrollen-kreislaufwirtschaft.html> (abgerufen am 07.03.2024).
- Poortinga, Wouter/Whitaker, Louise (2018): »Promoting the use of reusable coffee cups through environmental messaging, the provision of alternatives and financial incentives«, in: *Sustainability*, 10(3), 873.
- ProjectTogether gGmbH (2023): »#MehrMehrweg: Bündnis startet deutschlandweite Offensive für Mehrweg-to-Go«, Pressemitteilung vom 10.10.2023. Online verfügbar: <https://www.presseportal.de/pm/144745/5622014> (abgerufen am 05.03.2024).
- REWE (o.J.): Das neue »Einfach-Mehrweg«-Pfandsystem bei REWE. Online verfügbar: <https://www.rewe.de/service/mehrwegpfandsystem/> (abgerufen am 01.03.2024).

- Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt (2023): Hauptsache Mehrweg – Kampagnenstart mit Umweltsenatorin, Pressemitteilung vom 13.11.2023, Berlin. Online verfügbar: <https://www.berlin.de/sen/uvk/presse/pressemitteilungen/2023/pressemitteilung.1384769.php> (abgerufen am 07.03.2024).
- Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen (2022): Nachhaltigkeit und der Intention-Behaviour-Gap: Erkenntnisse aus der Verhaltensforschung von Prof. Dr. Christoph Harff, Bonn. Online verfügbar: <https://www.sue-nrw.de/nachhaltigkeit-und-der-intention-behaviour-gap/> (abgerufen am 05.03.2024).
- Süßbauer, Elisabeth/Pade, Alexander/Wenzel, Klara/Witte, Janne (2024): Nutzung von (Mehrweg-)Behältern für Takeaway-Speisen. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung, Berlin: Zentrum Technik und Gesellschaft, TU Berlin.
- Umsetzungsallianz mehrweg.einfach.machen (o.J.): Unterseite Nudging. Online verfügbar: <https://mehrweg-einfach-machen.de/unterseite-nudging/> (abgerufen am 01.03.2024)
- Universitätsstadt Tübingen (2021): Verpackungssteuer ab 2022. Online verfügbar: https://www.tuebingen.de/Dateien/flyer_verpackungssteuer_2022.pdf (abgerufen am 01.03.2024).
- Verbraucherzentrale Bundesverband (2018): Verbraucherbefragung Einweg-Plastik und Verpackung II, Berlin.
- Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. (2023): »Zu selten vorhanden, zu oft versteckt. Marktcheck der Verbraucherzentrale NRW zeigt enttäuschendes Ergebnis bei Umsetzung der neuen Mehrwegpflicht in der Gastronomie«, Pressemitteilung vom 02.08.2023. Online verfügbar: <https://www.verbraucherzentrale.nrw/pressemeldungen/presse-nrw/zu-selten-vorhanden-zu-oft-versteckt-86626> (abgerufen am 05.03.2024).
- Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V. (2023): Wo sind die vorgeschriebenen Mehrwegbehälter? – Marktcheck zur Umsetzung der gesetzlichen Mehrwegangebotspflicht in Rheinland-Pfalz, Mainz, S. 6/9.
- Vytal (o.J.): Häufig gestellte Fragen. Online verfügbar: <https://www.vytal.org/footer/faq> (abgerufen am 01.03.2024).
- Williams, Heike/Gellrich, Angelika (2023): Umweltbewusstsein in Deutschland – Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, Berlin: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz/ Umweltbundesamt.
- WWF (2023): Hallo Mehrweg: Der Weg TO GO – Restaurants, Cafés, Imbisse und Co. mit Mehrweg. Online verfügbar: <https://mehrwegmap.wwf.de/> (abgerufen am 01.03.2024)

