



REPAID



Forschungsprojekt zu Mehrwegsystemen in der Gastronomie

November 2024


Mehrweg zum Mitnehmen – ein Gewinn für Gastronomie und Umwelt

Anfang 2023 ist die Mehrwegangebotspflicht in Kraft getreten. Sie setzt erste Anreize, zunehmend Mehrwegverpackungen im To-Go-Bereich zu nutzen. Doch die Verpflichtung zum Angebot führt bisher nicht dazu, dass der Mehrweganteil in der Gastronomie merklich ansteigt. 2023 lag dieser bei nur 1,6 Prozent¹. Wie es besser geht? Als Gastronom*in können Sie mit leicht umzusetzenden Maßnahmen Ihre Kund*innen dazu motivieren, zur umweltfreundlichen Mehrwegverpackung zu greifen. Die folgenden Empfehlungen beruhen


auf Erkenntnissen aus dem Forschungsprojekt REPAID.
> Mehr zum Projekt erfahren Sie in der Infobox auf S. 3.

In Zeiten, in denen Gastronomien mit vielen anderen Herausforderungen zu kämpfen haben, kann Mehrweg nur dann erfolgreich sein, wenn es weitere Anreize gibt und die Verantwortung auf mehreren Schultern verteilt wird. Für eine Verpackungswende im To-Go-Bereich müssen sich daher auch der Bund und die Kommunen stärker beteiligen.

Warum sich Mehrweg für Ihren Gastronomiebetrieb lohnt



Der Einsatz von Mehrwegverpackungen ermöglicht Ihnen **finanzielle Einsparungen**. Je höher der Anteil an Mehrweg in Ihrem Betrieb ist, desto größer ist das Potenzial für Einsparungen. Die Gastronomiepartner im Projekt REPAID konnten im Vergleich zu einer ausschließlichen Einweg-Nutzung durch die anteilige Nutzung von Mehrwegverpackungen innerhalb des Aktionszeitraums bis zu 38 Prozent der Verpackungskosten einsparen.²



Mehrweg ist **Umweltschutz**. Berechnungen im Projekt REPAID haben gezeigt, dass die veränderte Nutzung von Mehrwegverpackungen bei allen Gastronomiepartnern zu einer Verringerung von bis zu 31 Prozent des CO₂-Fußabdruckes für Verpackungen im Vergleich zur ausschließlichen Nutzung von Einwegverpackungen geführt hat.



Mehrwegverpackungen bieten **praktische Vorteile**: Sie sind auslaufsicherer, wärmeisolierender und häufig optisch ansprechender als Einwegverpackungen. Diese Eigenschaften schätzen auch Ihre Kund*innen! Darüber hinaus lassen sie sich leicht stapeln und lagern, was die Integration in Ihre Betriebsabläufe vereinfacht.

¹ WWF (2024): Mehrweg in der deutschen Gastronomie: Status Quo, Herausforderungen und Potenziale

² Dies gilt unter Annahme relativ niedriger Preise für Einwegverpackungen. Unter Annahme höherer Einwegpreise liegen die Einsparungen bei bis zu 48 Prozent.

Nachfrage: Mehrweg optimal präsentieren

Bei der Bestellung Mehrweg anbieten

Einer der effektivsten Wege, um die Nachfrage nach Mehrweg zu erhöhen, ist Ihrer Kundschaft aktiv eine Mehrwegoption anzubieten. Idealerweise formulieren die Mitarbeitenden die Frage nach Mehrweg als Standardoption – etwa: „Darf ich den Kaffee zum Mitnehmen im Mehrwegbecher ausgeben?“ Ist die Mehrwegabfrage zudem als Voreinstellung in das digitale Bestellsystem integriert, werden alle Mitarbeitenden an die Abfrage erinnert und dazu ermutigt.



Mehrwegbehältnisse optimal platzieren

Eine prominente und gut sichtbare Platzierung von Mehrwegbehältern im Bestellbereich erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Kund*innen diese wählen. Gleichzeitig sollten Einwegbehälter nicht im Sichtfeld stehen. Die Sichtbarkeit von Mehrwegbehältern beeinflusst, wie sich Ihre Kund*innen entscheiden – insbesondere wenn die Neuordnung mit einer persönlichen Ansprache kombiniert wird. Indem Sie Beispielbehältnisse bei der Ausgabe platzieren, können Sie Ihren Kund*innen die Mehrwegoptionen exemplarisch zeigen – und zum Anfassen einladen. Im Praxistest hat sich etwa eine Platzierung von beispielhaften Mehrwegbechern auf der Kaffeemaschine als sehr hilfreich erwiesen.

Was noch wirkt: Ergänzende Maßnahmen

Neben diesen Empfehlungen hat das Forschungsprojekt REPAID weitere Maßnahmen erprobt, die Sie zusätzlich umsetzen können.

- Der Praxistest mit Gastronom*innen und Kund*innen hat gezeigt, dass **einheitliche Hinweise** zu Mehrwegverpackungen einen Teil der Kundschaft erreichen und besonders einfach umzusetzen sind: Materialien wie Poster, Aufsteller oder Sticker stellen Mehrwegsystemanbieter zur Verfügung. Die Hinweise können daher gut mit anderen Maßnahmen kombiniert werden, idealerweise sind sie bereits von außen an Ihrem Laden gut sichtbar angebracht.

Diese Maßnahmen sind für erfahrene Gastronom*innen mit Mehrweg-Angebot:

- Ein **Preisvorteil von Mehrwegverpackungen** gegenüber Einwegverpackungen schafft zusätzliche Anreize für Konsument*innen, sich für Mehrweg zu entscheiden. Ein Preisaufschlag für Einwegverpackungen ist dabei wirksamer als eine Ermäßigung für Mehrwegverpackungen.³ Um den Preisvorteil von Mehrweg für Ihre Kund*innen zum Kaufkriterium zu machen, müssen Sie diesen bei der Ansprache und durch Hinweise bewerben und sichtbar machen.
- Wenn Sie eine digitale Anzeige haben, die mit Ihrem Bestellsystem verbunden ist, können Sie die Anzahl der ausgegebenen Mehrwegbehälter mit einem **Mehrwegzähler** für Ihre Kund*innen sichtbar machen. Auf diese Weise motivieren Sie diese dazu, sich einem Trend anzuschließen und ebenfalls Mehrweg zu wählen.

³ Rubik, F. (2024): Mehrwegsysteme im Außer-Haus-Verzehr: Zwischen Barrieren und Interventionen. In: Precycling. Perspektiven auf die Vermeidung von Verpackungsabfällen.

Rückgabe: Zeigen, wie einfach es geht

Sind Kund*innen von der Einfachheit des Rückgabeprozesses überzeugt, greifen Sie eher zu Mehrweg. Dies können Sie mit verschiedenen Maßnahmen unterstützen:

Rückgabeorte klar ersichtlich machen

Ein Vorteil von verbreiteten Mehrwegsystemen ist, dass die Behälter nicht am Ort der Ausleihe zurückgegeben werden müssen. Gibt es ein dichtes Netz an Rückgabestellen, wird die Nutzung von Mehrweg erleichtert. Um Mehrweg für Ihre Kundschaft unkomplizierter und attraktiver zu machen, ist es wichtig, die Rückgabemöglichkeiten deutlich zu kennzeichnen. Platzieren Sie Schilder oder Sticker draußen am Laden sowie eine übersichtliche Karte der in der Umgebung liegenden Rückgabeorte, etwa als Aushang mit QR-Code für die Online-Ansicht. Dieses Material stellen Mehrwegsystemanbieter bereit. So können Sie mögliche Vorurteile Ihrer Kund*innen abbauen und sorgen dafür, dass die Behälter ihren Weg zurück in den Kreislauf finden.



Binden Sie Ihre Mitarbeitenden ein

Ihre Mitarbeitenden sind im direkten Kundenkontakt und haben möglicherweise sogar ein Vertrauensverhältnis zu diesen. Ihr Team ist daher für den Erfolg von Mehrwegstrategien entscheidend. Ein Training der Mitarbeitenden sowohl bei der Ausgabe als auch bei der Rücknahme von Mehrwegbehältnissen ist unerlässlich, um ihnen das System und den Mehrwert zu erklären. Sie können die Schulungsangebote von Mehrwegsystemanbietern nutzen, die **digitale Anleitungen und Videos** beinhalten. Diese umfassen auch einen Hygieneteil, um eine sichere Handhabung der Mehrwegverpackungen zu gewährleisten. Gut geschulte Mitarbeitende tragen durch reibungslose Prozesse und effektive Kommunikation maßgeblich dazu bei, dass Ihre Kund*innen Mehrweg akzeptieren und etablieren.



Das Forschungsprojekt REPAID

In zehn Gastronomiebetrieben hat ein Forschungsteam getestet, wie sich die Nachfrage und Rückgabe von Mehrwegbehältnissen beim To-Go-Konsum steigern lässt. Dazu wurden in den Betrieben während eines vierwöchigen Aktionszeitraums verschiedene Maßnahmen umgesetzt. Durch Befragungen der Kund*innen und Interviews mit den Gastronom*innen hat das Projekt die Wirkung sowie die Umsetzbarkeit dieser Maßnahmen bewertet. Darüber hinaus bewertete das Team den Verpackungseinsatz in den Gastronomiebetrieben betriebswirtschaftlich und ökologisch.



Online-Bestellungen: Mehrweg als das neue Normal etablieren

Online-Bestellungen und Lieferungen von Speisen, Getränken oder Lebensmitteln gewinnen zunehmend an Bedeutung. Wenn Sie eine eigene Bestellwebsite betreiben, können Sie diese nutzen, um Mehrweg zu fördern: Die Abfrage nach der Verpackungsoption Mehrweg sollte dafür standardmäßig in den Bestellprozess integriert sein. Wenn Sie einen Schritt weitergehen wollen, setzen Sie Mehrweg als Standardeinstellung – so müssen Ihre Kund*innen während des Bestellprozesses die Mehrwegoption bewusst abwählen. Sollten Sie nicht alle Gerichte und Getränke in Mehrwegoptionen anbieten können, kennzeichnen Sie klar, welche Artikel in Mehrweg verpackt verfügbar sind. So können Sie Ihren Kund*innen die gezielte Suche nach Gerichten mit Mehrwegoption ermöglichen. Bei einer sehr großen Auswahl können zusätzliche Filteroptionen für Mehrweg hilfreich sein.

Wenn Sie zudem über einen eigenen Zustellservice verfügen, sollten Sie eine Rückgabeoption für Mehrwegbehältnisse bei Lieferungen anbieten. Insbesondere Ihrer Stammkundschaft können Sie die Mehrwegwahl schmackhaft machen, indem Sie bei jeder gelieferten Bestellung genutzte Behältnisse mitnehmen.



Impressum:

REPAID

Projektkoordination: Benedikt Kauertz (Ifeu),
benedikt.kauertz@ifeu.de

Autor*innen

Patrick Schöpflin, Carlotta Harms, Nele Muylkens (iÖW)
Carola Bick, Benedikt Kauertz (Ifeu)
Alexandra Berendes (Recup)
Ole Scharpen (Vytal)

Herausgeber

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung GmbH, gemeinnützig
Potsdamer Str. 105 | D-10785 Berlin
+49 (0)30 884 594-0 | mailbox@ioew.de | www.ioew.de

Förderhinweis

Diese Handlungsempfehlungen entstanden im Forschungsprojekt „REPAID – Förderung von Mehrweglösungen zur Reduktion von Einwegserviceverpackungen aus Plastik durch Automatisierung der Rücknahme, Interventionen am Point of Sale und Möglichkeiten der Digitalisierung“.

Die Förderung des Vorhabens erfolgt aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Die Projekträgerschaft erfolgt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen des Programms zur Innovationsförderung.

Berlin, November 2024

Projektpartner:



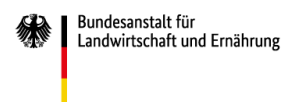
Vytal

Förderer:

Gefördert durch



Projekträger



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages