



**Circular  
Futures**

Initiiert von

**projecttogether**

## **Projektabschlussbericht**

**mehrweg.einfach.machen.**

Die Allianz der Mehrweg-Macher:innen.

Gemeinsam machen wir Mehrweg  
zum neuen Standard.

Aktenzeichen: 38679/01

Verfasser: Friederike von Loeper, Vanessa Eßlinger

Organisation: ProjectTogether

Berlin, im April 2025



gefördert durch

[www.dbu.de](http://www.dbu.de)

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Zusammenfassung</b>                                       | <b>2</b>  |
| <b>2. Einführung / Motivation</b>                               | <b>3</b>  |
| 2.1 Die Verpackungskrise  | 3         |
| 2.2 Die Mehrwegangebotspflicht: Ein erster Schritt              | 4         |
| 2.3 Geburtsstunde der Umsetzungsallianz                         | 4         |
| <b>3. Methodik / Vorgehensweise / Projektablauf</b>             | <b>5</b>  |
| 3.1 Methodik der Umsetzungsallianz                              | 5         |
| 3.2 Rolle der Projektpartner:innen im System                    | 6         |
| 3.3 Projektablauf   | 7         |
| <b>4. Projektergebnisse</b>                                     | <b>12</b> |
| 4.1. Erfolge der Umsetzungsallianz                              | 13        |
| 4.2 Erkenntnisse für Mehrweg To-Go                              | 17        |
| <b>5. Öffentlichkeitsarbeit / Vorträge / Veröffentlichungen</b> | <b>22</b> |
| 5.1 Öffentlichkeitsarbeit und Vorträge                          | 22        |
| 5.2 Veröffentlichungen  | 22        |
| <b>6. Fazit / Ausblick</b>                                      | <b>23</b> |
| 6.1 Fazit   | 23        |
| 6.2 Ausblick  | 23        |

---

## 1. Zusammenfassung

Der Abschlussbericht dokumentiert die zweijährige Arbeit der bundesweiten Umsetzungsallianz „mehrweg.einfach.machen“. Diese wurde gegründet, um gemeinsam mit einer starken Community aus Mehrweg-Macher:innen Mehrweg zum Standard zu machen. Ausgangspunkt waren die gesetzlich eingeführte Mehrwegangebotspflicht und die Hypothese, dass regulatorische Maßnahmen allein nicht ausreichen, um den Wandel von Einweg- hin zu Mehrwegsystemen wirksam voranzutreiben. Die Allianz, getragen von ProjectTogether, WWF Deutschland und dem Mehrwegverband Deutschland e.V., verfolgte einen kollektiv-kooperativen Ansatz mit dem Ziel, ein praxisnahes Reallabor für Mehrweg To-Go zu schaffen. Die Allianz mehrweg.einfach.machen geht über den DBU-Förderzeitraum hinaus und wurde in der Zeit teils von anderen Fördergeldgebern in der Arbeit unterstützt, unter anderem von der Röchling Stiftung, der Bertelsmann Stiftung und Climate Solutions Hub (CSH) sowie privaten Spenden.

Im Zentrum stand die Zusammenarbeit von Akteur:innen aus Politik und Verwaltung, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Wissenschaft. In mehreren Phasen wurden strukturelle Herausforderungen identifiziert, konkrete Umsetzungsprojekte durchgeführt, Erfahrungen systematisiert und strategische Empfehlungen entwickelt. Acht sogenannte Collective-Action-Projekte demonstrierten die Machbarkeit von Mehrweg To-Go unter realen Bedingungen – unter anderem mit Systemgastronomien wie IKEA

und Burger King sowie auf Großveranstaltungen wie dem „Labor Tempelhof“. Diese Projekte belegten, dass technische, logistische und verhaltensbezogene Hürden überwindbar sind, wenn zentrale Akteur:innen koordiniert, zielgerichtet und datengestützt zusammenarbeiten.

Trotz des Erfahrungsaustauschs in den Community-Formaten und der Fortschritte innerhalb der jeweiligen Collective-Action-Projekte, hat sich Mehrweg in dieser Zeit nicht als Standard durchgesetzt. Dies ist vor allem auf mangelnde Nachfrage, ökonomische Einstiegshürden, unzureichende Rückgabeinfrastruktur und fehlende gesetzliche Durchsetzung zurückzuführen. Basierend auf ihren Erfahrungen aus der Praxis identifizierte die Umsetzungsallianz fünf strategische Hebel für die weitere Verbreitung von Mehrweg: Nachfrageförderung, Wirtschaftlichkeit, Rückgabeprozesse, gesellschaftliche Narrative sowie Kooperation im System. Die Arbeit der Umsetzungsallianz zeigte zudem auf, wie wichtig koordinierende Rollen wie neutrale Mittlerorganisationen bei der Transformation von Systemen sind.

Die erarbeiteten Ergebnisse aus der Praxis wurden über verschiedene Kanäle in die Fachöffentlichkeit getragen und in Politikdialoge eingespeist. Mit dem erfolgreichen Impuls zur Gründung des MEHRCE-Projekts im Rahmen des DATIpiloten gelang es zudem, institutionelle Verstetigung und Förderung weiterer Innovationsprojekte anzustoßen. Der Bericht schließt mit dem Ausblick, dass Mehrweg-To-Go nur durch langfristige, systemische Aufbauarbeit zum Standard werden kann – mit klaren politischen Rahmenbedingungen, verlässlicher Finanzierung, sektorübergreifender Kooperation und kontinuierlichem Transfer von Praxiserfahrungen.

Zu Ende 2025 zieht sich ProjectTogether aus dem Thema zurück; die Formate und Projekte werden zum signifikanten Teil von den Kernpartnern weiter getrieben. Allen voran das Vernetzungsformat On-The-Go und der kommunale Austausch Tacheles werden vom Team des Mehrwegverbandes (wahrscheinlich bald unter neuem Namen) und dem WWF weitergetrieben. Aber auch Projekte, zum Beispiel das Thema müllfreie (Weihnachts-) Märkte wird beim WWF weiter umgesetzt.

---

## **2. Einführung / Motivation**

### **2.1 Die Verpackungskrise**

Die Verpackungskrise hat in den letzten Jahren dramatische Ausmaße angenommen und zeigt: Ein „Weiter so“ können wir uns nicht leisten. Jede:r Deutsche verursacht im Schnitt 237 Kilogramm Einwegverpackungsabfälle pro Jahr – eine Zahl, die nicht nur kontinuierlich steigt, sondern durch die Corona-Pandemie zusätzlich befeuert wurde.<sup>1</sup> Diese Entwicklung belastet nicht nur unsere öffentlichen Kassen, sondern auch unsere

---

<sup>1</sup> WWF (2024): Mehrweg in der Gastronomie: Ein Realitätscheck ein Jahr nach Einführung der Mehrwegangebotspflicht. S. 4. Verfügbar unter: <https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Plastik/Mehrweg-in-der-deutschen-Gastronomie-1-Jahr-Mehrwegangebotspflicht.pdf>

Ökosysteme und trägt so erheblich zur Klimakrise bei: Die Herstellung und Entsorgung von Einwegverpackungen erzeugt immense Mengen an Treibhausgasemissionen. Forschungsergebnisse, etwa von der Ellen MacArthur Foundation<sup>2</sup> oder dem WWF Deutschland<sup>3</sup>, zeigen jedoch, dass Mehrwegsysteme eine zentrale Strategie sein könnten, um den Ressourcenverbrauch erheblich zu reduzieren. Konsequenterweise umgesetzt, ließen sich damit allein in Deutschland bis zu 909 Kilotonnen Kunststoffabfall pro Jahr einsparen. Diese Potenziale stehen jedoch einem hoch optimierten Einwegsystem gegenüber, das über Jahrzehnte perfektioniert wurde.

### **Gastronomien als Umschlagplätze von Einwegverpackungen**

Im Jahr 2022 wurden etwa 13,6 Milliarden Einwegverpackungen in der deutschen Gastronomie in den Verkehr gebracht. 2023 stieg diese Zahl weiter auf ca. 14,6 Milliarden an – Tendenz weiter steigend. Die starke Zunahme ist auch Folge eines veränderten Konsumverhaltens, das während der Coronapandemie eingeübt wurde und bis heute andauert. Dem stehen 219,3 Millionen Produkte gegenüber, die 2023 von der Gastronomie in Mehrwegverpackungen ausgegeben wurden, was einem Anteil von lediglich 1,6 % entspricht.<sup>4</sup>

Das zeigt: Die Gastronomie ist ein zentraler Umschlagplatz für Einweg – und damit gleichzeitig auch ein zentraler Akteur für die Skalierung von Mehrweg To-Go.

## **2.2 Die Mehrwegangebotspflicht: Ein erster Schritt**

Bereits 2019 haben sich alle EU-Mitgliedstaaten im Rahmen der EU-Einwegplastik-Richtlinie (SUPD) verständigt, die Verschmutzung durch Einwegkunststoff zu stoppen und nachhaltige, kreislauffähige Lösungen zu fördern. Vor dem Hintergrund dieser politischen Weichenstellung wurden einige Veränderungen eingeführt. Um die Gesamtmenge des Verpackungsabfalls zu reduzieren, wurde 2023 die Mehrwegangebotspflicht (MAP) in Deutschland auf den Weg gebracht. Mit §33 des Verpackungsgesetzes werden seitdem Letztvertreibende von Einwegverpackungen verpflichtet, Verbraucher:innen auch Mehrwegverpackungen anzubieten. Ziel der neuen Regulierung ist es, Verbraucherrechte zu stärken – und der Verpackungsflut etwas entgegenzusetzen. Diesbezüglich gibt es einige Ausnahmen: Kleine Unternehmen (Mitarbeiterzahl  $\leq 5$  und Verkaufsfläche  $\leq 80 \text{ m}^2$ ) sind von der Pflicht vorerst ausgenommen, sowie auch Verkaufsautomaten, die nicht öffentlich zugänglich sind, z. B. in Betrieben zur Mitarbeiterversorgung. Nicht betroffen sind außerdem Betriebe, wo vorverpackte Speisen und Getränke vertrieben werden.

---

<sup>2</sup> Ellen Mc Arthur Foundation (2024): Unlocking a reuse revolution: scaling returnable packaging. Verfügbar unter: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/scaling-returnable-packaging/overview>

<sup>3</sup> WWF (2023): Modell Deutschland Circular Economy, S. 64f.). Verfügbar unter: <https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Unternehmen/WWF-Modell-Deutschland-Circular-Economy-Broschuere.pdf>

<sup>4</sup> WWF Deutschland (2024): Mehrweg in der Gastronomie: Ein Realitätscheck ein Jahr nach Einführung der Mehrwegangebotspflicht. S. 25. Verfügbar unter: <https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Plastik/Mehrweg-in-der-deutschen-Gastronomie-1-Jahr-Mehrwegangebotspflicht.pdf>



## 2.3 Geburtsstunde der Umsetzungsallianz

Schon vor der Einführung der Mehrwegangebotspflicht war klar: Ein Gesetz allein reicht nicht aus, um tragfähige Mehrwegsysteme zu etablieren. Die MAP schafft jedoch ein „Möglichkeitsfenster“, das durch koordinierte Zusammenarbeit genutzt werden kann. Die Umsetzungsallianz „mehrweg.einfach.machen“ wurde ins Leben gerufen, um diese Chance zu ergreifen und gemeinsam mit Stakeholder:innen effektive Mehrweg-To-Go-Systeme zu entwickeln.

Die Umsetzungsallianz wurde im Dezember 2022 ins Leben gerufen und wird maßgeblich von den drei Partner:innen ProjectTogether, WWF Deutschland und Mehrwegverband Deutschland e.V. getragen. Am 7. Dezember 2022 nahm sie ihre Arbeit in Berlin auf, mit rund 200 Stakeholder:innen aus unterschiedlichsten Bereichen: Vertreter:innen aus der Wirtschaft, von Bund, Ländern und Kommunen – darunter Abfall- und Logistikunternehmen, Systemgastronomien sowie Anbieter:innen von Mehrweg-Lösungen, Start-ups und Umweltverbände. Unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz soll diese breite Allianz den Grundstein für skalierbare Mehrwegsysteme legen und Mehrweg To-Go zum neuen Standard machen.



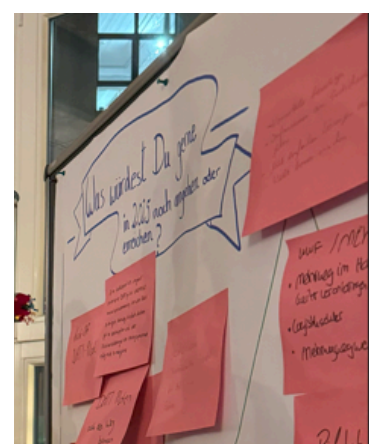
© Anita Back

---

## 3. Methodik / Vorgehensweise / Projektablauf

### 3.1 Methodik der Umsetzungsallianz

Die Umsetzungsallianz „mehrweg.einfach.machen“ startete mit dem Ziel, ein deutschlandweites Reallabor zu etablieren. Dazu sollten in der Allianz möglichst früh die relevanten Stakeholder:innen rund um das Thema mobilisiert und für gemeinsames Handeln koordiniert werden. Es sollten konkrete Hürden bei der Umsetzung und



Skalierung von Mehrweg-To-Go-Systemen identifiziert, Lösungen entwickelt und gemeinsam aus der praktischen Umsetzung gelernt werden. Gleichzeitig verfolgte die Allianz das Ziel, eine neue Form der Zusammenarbeit zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zu erproben. Unsere Stärke lag und liegt dabei (auch weiterhin) in der koordinierenden Kraft für gemeinsames, akteursübergreifendes Handeln – menschlich, allparteilich, mutig, konkret. Und: ohne wirtschaftliches Eigeninteresse, sondern aus der Erkenntnis heraus, dass wir dringend nachhaltige Verpackungslösungen brauchen.

Im Projektverlauf hat sich auf Basis unserer praktischen Erfahrungen der inhaltliche Ansatz weiterentwickelt. Ursprünglich war vorgesehen, parallel zu Baustein 1 (Lösungsentwicklung), Baustein 2 (Umsetzung) und Baustein 3 (Community-Building & Lernen) noch ergänzende Sonderprojekte („Public Goods“) umzusetzen – etwa die Entwicklung einer digitalen Matching-Plattform, eine Bürger:innen-App, oder ein Talent Pool. Die Praxis zeigte jedoch, dass kuratierte, konkrete Projekte, die zugleich die Lösungsentwicklung und Umsetzung adressieren (Collective-Action-Projekte) in enger Zusammenarbeit mit Schlüsselakteur:innen deutlich wirksamer sind.

Deshalb verlagerte sich der Fokus bewusst auf die drei zentralen Bausteine, während die Sonderprojekte als eigenständiges Arbeitspaket nicht umgesetzt wurden. Die dahinterliegende Idee – öffentlich nutzbare Materialien zu schaffen und Netzwerke zu stärken – floss jedoch direkt in die Gestaltung der Collective-Action-Projekte ein. So kamen die Erkenntnisse, Tools und Learnings dem gesamten Ökosystem zugute.

Aus den zu Beginn des Projekt identifizierten Handlungsfeldern, erarbeitete die Umsetzungsallianz konkrete Herausforderungen heraus. Die CAPs adressierten diese konkreten Herausforderungen wie Rückgabefrastruktur, Nachfrage und Wirtschaftlichkeit direkt und erwiesen sich als wirkungsvoll, um praxisnahe Erkenntnisse für Mehrweg To-Go zu gewinnen.

Unter anderem wurden auch die anfangs angedachten breiten Präsenzveranstaltungen reduziert, während sich digitale Community-Formate als zentral erwiesen haben. So konnten wir Akteur:innen deutschlandweit miteinander vernetzen und niedrigschwellig Wissen und Erfahrungen verbreiten. Diese Verbindung aus Community-Formaten, Austausch und gezielten Projekten spiegelt den Kern des Collective-Action-Ansatzes wider: er setzt auf eine zielgerichtete Zusammenarbeit zwischen Gesellschaft, Politik und Wirtschaft, um mit einem neuen Miteinander – missionsorientiert, kooperativ und zugleich agil – gemeinsame Ziele schneller zu erreichen.

Diese Anpassungen unterstreichen den Charakter der Umsetzungsallianz als lernendes Reallabor, das Methoden und Formate kontinuierlich weiterentwickelt, um größtmögliche Wirkung zu erzielen.

### **3.2 Rolle der Projektpartner:innen im System**

Die Umsetzungsallianz wurde maßgeblich von den drei Partner:innen WWF Deutschland, Mehrwegverband Deutschland e.V. und ProjectTogether getragen. Jeder dieser

Organisationen kommt eine wichtige Rolle in der Transformation des Mehrweg To-Go Ökosystems zu.

Der **WWF** brachte (und bringt weiterhin) als anerkannter Umweltakteur eine hohe Glaubwürdigkeit und ein breites gesellschaftliches Netzwerk in die Umsetzungsallianz ein. Mit seiner starken öffentlichen Stimme und fundierten Expertise im Natur- und Ressourcenschutz verleiht er dem Anliegen politischen und gesellschaftlichen Rückenwind. Der WWF schafft damit wichtige Verbindungen in Richtung Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Politik – und stärkt das Vertrauen in die gemeinsame Mission, Mehrweg zum Standard zu machen.

Der **Mehrwegverband** bringt bis heute die inhaltliche Fachkompetenz rund um Mehrwegsyste mit. Auch nach Ende des Förderzeitraums soll der Verband in seiner Rolle weiter gestärkt und ausgebaut werden, um künftig als zentrale Anlaufstelle für Unternehmen, Kommunen und andere Stakeholder zu fungieren. Seine Aufgabe innerhalb des Systems liegt darin, Strukturen zu festigen, Wissen zu bündeln und Branchenexpertise einzubringen, um tragfähige Lösungen zu entwickeln.

Innerhalb der Umsetzungsallianz nahm **ProjectTogether** die Rolle der Mittler:in und Orchestrator:in ein – eine Rolle, die immer entscheidender wird. Es zeigt sich, dass nur die richtigen Menschen und Organisationen identifiziert und einbezogen werden müssen, sondern auch gezielt Interventionen geplant werden: Sei es, das Problembewusstsein aller Beteiligten zu schärfen, handlungsfähige Optionen aufzuzeigen, die Machbarkeit von Ideen zu demonstrieren, Visionen zu entwickeln oder für Fairness und Beteiligung zu sorgen. Man kann dies als eine Art „Transformationsbegleiter:in“ bezeichnen, welche ein tiefes Wissen über Veränderungsprozesse braucht und die Fähigkeit, unterschiedliche Akteur:innen auf gemeinsame Ziele auszurichten – ein integraler Bestandteil jeder erfolgreichen Transformation und die Kernkompetenz von ProjectTogether.

### 3.3 Projektablauf

Das Projekt (erstes Kick-off im Dezember 2022, finale Auswertung Februar 2025) lässt sich in fünf Phasen gliedern:

- I. Sondierungsphase: Januar-Mai 2023
- II. Ausrichtungsphase: April-September 2023
- III. Umsetzungsphase: August 2023-September 2024
- IV. Lern- und Transferphase: September 2023-Dezember 2024
- V. Auswertungsphase: September 2024-Februar 2025

Dabei waren die einzelnen Phasen aufgrund der Vielzahl und Parallelität an Aktivitäten bewusst nicht immer überschneidungsfrei und zeitlich klar voneinander abgrenzbar, sodass frühere Aktivitäten wegweisende Erkenntnisse und Einblicke für spätere Initiativen liefern konnten. Dennoch liefert die Gliederung einen guten Überblick über den Ablauf des Projekts, seine Struktur und methodische Ideen.

## I. Sondierungsphase

Ziel dieser Phase war es, die neu gegründete Umsetzungsallianz arbeitsfähig zu machen. Dafür wurden erstmals relevante Stakeholder:innen aus dem Mehrweg-Ökosystem (Expert:innen aus Politik und Verwaltung, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft) zusammengebracht, um gemeinsam Herausforderungen und Hebel zu identifizieren und somit den Grundstein für koordiniertes Handeln zu legen.

Der Aufbau von Mehrweginfrastruktur im Außer-Haus-Verzehr ist ein komplexer Veränderungsprozess, für den es jedoch schon Beispiele aus anderen Ländern oder auch angrenzenden Themenfeldern wie Flaschen-Mehrweg gibt. Als Umsetzungsallianz haben wir gleich zu Beginn sechs zentrale Herausforderungen identifiziert, die den flächendeckenden Ausbau von Mehrweg To-Go bremsen:

- 1. Informationsdefizit:** Obwohl die Mehrwegangebotspflicht seit 1.1.2023 gilt, sind viele Gastronom:innen und Konsument:innen unzureichend informiert. Abläufe sind oft unklar, und gezielte Aufklärungskampagnen werden durch unterschiedliche Anforderungen an Gastronom:innen und Konsument:innen erschwert. Erfolgsgeschichten und erprobte Modelle werden nicht ausreichend verbreitet.
- 2. Akzeptanz bei Letztvertreibern:** Viele Betriebe setzen Mehrweg nur unzureichend um, da sie höhere Kosten, Platzmangel und logistische Herausforderungen befürchten. Einige sehen das Risiko, Kund:innen zu verlieren, während Verbraucher:innen Mehrweg selten aktiv nachfragen. Sanktionen bei Gastronom:innen sind schwer durchzusetzen, da kommunalen Akteuren oftmals Personal und Gelder fehlen.
- 3. Geringe Nachfrage bei Konsument:innen:** Mehrweg gilt als kompliziert und weniger praktisch als Einweg. Besonders die Rückgabe wird als umständlich empfunden. Hygienebedenken und fehlende finanzielle Anreize bremsen die Nachfrage zusätzlich. Selbst dort, wo Einweg teurer ist, zeigt sich nicht immer eine Verhaltensänderung.
- 4. Fragmentierte Mehrweg-Infrastruktur:** Die Rückgabe- und Spüllogistik ist oft uneinheitlich organisiert, wodurch Mehrweg für Betriebe und Konsument:innen komplexer ist als Einweg. Kleine Betriebe tragen häufig eine hohe Belastung, und uneinheitliche Standards erschweren ein übergreifendes Mehrweg-Netzwerk.
- 5. Fehlende (Mindest-)Standards:** Unterschiedliche Materialien, Größen und Handhabungen von Mehrwegbehältnissen erschweren eine reibungslose Nutzung. Vor allem aus der Wirtschaft gibt es Forderungen nach einheitlichen und kompatiblen Lösungen.
- 6. Schwieriger Vollzug der Mehrwegangebotspflicht:** Kommunen sind für die Kontrolle der Mehrwegangebotspflicht zuständig, verfügen aber oft nicht über ausreichend Personal. Die Umsetzung ist regional sehr unterschiedlich, wodurch es an einer bundesweiten Durchsetzung mangelt.

Diese identifizierten Herausforderungen waren stets Motivator und zugrundeliegende Struktur für die Arbeit der Umsetzungsallianz.

## **II. Ausrichtungsphase**

Der Fokus in dieser Phase lag auf der Entwicklung und Umsetzung verschiedener Formate, um schneller zu dem gemeinsamen Ziel – Mehrweg zum Standard zu machen – zu kommen.



| Formate   | Ziel  | Zeitraum          |
|---|---|-------------------|
| <b>Community Formate</b>                        |   |                   |
| Tacheles  | Wir schaffen ein fokussiertes Angebot für Kommunen in ganz Deutschland für Fachaustausch und gegenseitige Unterstützung rund um Mehrweg To-Go   | Q1 2023 – heute   |
| On-the-Go                                       | Wir organisieren einen monatlichen Community-Call offen für alle Stakeholder:innen der Umsetzungsallianz. Es findet eine regelmäßige Vernetzung statt, es werden strategische Themen ausgelotet und Kräfte werden anlassbezogen gebündelt: Co-Creation in Sprintform  | Q1 2023 – heute   |
| <b>Co-kreative Formate</b> (beispielhaft)       |   |                   |
| Nudging Ideensprint                             | Durchführung eines digitalen Workshops mit einem Sprintformat zur kollektiven Entwicklung von Verhaltensanreizen (Nudges) zur Nutzung von Mehrweg am Point-of-Sale  | Q2 2023           |
| Kampagnen Ideensprint                           | Kollektive Entwicklung von Ideen im Rahmen des On-the-Go für Aktionen aus der Allianz als Bestandteil der out-of-home Kampagne  | Q2 2023           |
| <b>Collective Action Projekte</b>               |   |                   |
| CAP 1: #MehrMehrweg                             | Umsetzung einer schlagkräftigen out-of-home Kampagne im engen Bündnis mit Partner:innen der Allianz, um möglichst viele Menschen in ganz Deutschland auf Mehrweg To-Go hinzuweisen und für Mehrweg zu begeistern.   | Q1 2023 – Q4 2023 |
| CAP 2: Reallabor anbieterübergreifende Rückgabe | Wir wollten mit Schlüsselpartner:innen lernen, ob ein vereinfachtes Rückgabeangebot im öffentlichen Raum einen Beitrag leisten kann, um die Akzeptanz und Nutzung von Mehrweg zu verbessern. Dabei wollten wir lernen, welche Maßnahmen – logistisch (z.B. die Aufstellung der Automaten), kommunikativ (z.B. durch Hinweise & öffentlichkeitswirksame Maßnahmen) und verhaltenstechnisch (z.B. durch Nudges beim Kauf) – messbare Effekte zeigen.  | Q1 2023 – Q4 2023 |
| CAP 3: Mehrweg am Empfang                       | Wir testen, ob vereinfachte Rückgabeangebote im halb-öffentlichen Raum (nämlich bei den Arbeitgebern der Menschen, am Empfang der Unternehmen) die Akzeptanz und Nutzung von Mehrweg erhöhen.   | Q1 2023 – Q4 2023 |
| CAP 4: Mehrweg: Erste Wahl                      | Wir zeigen mit engagierten Systemgastronomien, dass Konsument:innen schon durch kleine Anpassungen in der Entscheidungsarchitektur am Point of Sale für Mehrweg zu begeistern sind – und dass eine höhere Mehrwegquote für Unternehmen machbar ist.   | Q1 2023 – heute   |
| CAP 5: Informationsplattform: Wegweiser Mehrweg | Der Wegweiser Mehrweg soll die Hauptanlaufstelle rund um das Thema Mehrwegangebotspflicht werden und möglichst vielen den Einstieg in Mehrweg erleichtern, indem alle relevanten Informationen gebündelt zur Verfügung stehen und kurze Guides die wichtigsten Schritte zur Umsetzung aufzeigen.  | Q1 2023 – Q3 2023 |
| CAP 6: Mehrweg x Labor Tempelhof                | Wir zeigen mit dem Projekt „Labor Tempelhof x Mehrweg“, dass Einwegverpackungsmüll bei Großveranstaltungen radikal reduziert werden kann. Im August 2024 wurden drei Konzerte mit über 150.000 Besucher:innen der deutschen Band „Die Ärzte“ zu 100% in Mehrweg organisiert – sowohl für Becher als auch, und dies ist bislang unüblich, für Essensverpackungen. Mit dem "Handbuch für Mehrweg auf Großveranstaltungen" zeigt das CAP auch für andere Großveranstalter:innen auf, dass und wie genau die Umsetzung von Mehrweg gelingen kann. | Q1 2024 – heute   |
| CAP 7: Rentabilität von Mehrweg                 | Wir brauchen belastbare Zahlen, Daten und Fakten sowie gute Beispiele, die Auskunft darüber geben, ab wann Mehrweg To-Go für Letztvertreibende die ökonomisch attraktivere Option gegenüber Einweg ist. Wir loten Kanäle aus, um diese Informationen einem breiten Netzwerk an Letztvertreibenden zugänglich zu machen.   | Q2 2024 – heute   |
| CAP 8: PolicyPaper                              | Überführung der Lernerfahrungen aus der Arbeit der Umsetzungsallianz in einen Policy Brief mit konkreten Vorschlägen zur Umsetzung der Mehrwegangebotspflicht   | Q1 2024 – Q2 2024 |

Mit Blick auf die Intensität der Zusammenarbeit machte die Umsetzungsallianz verschiedene Angebote für unterschiedlich starkes Engagement von Mitstreiter:innen der Allianz. Einige Formate sollten niedrigschwellig sein, einen schnellen Überblick und Einstieg ermöglichen („low commitment“). Andere waren mit umfangreichen zeitlichen Verbindlichkeiten verbunden („high commitment“).

Niedrigschwellige Angebote hatten häufig das Ziel, einen ersten Schritt in die Allianz zu ermöglichen und trotz hoher Arbeitsbelastung mit gewisser Regelmäßigkeit verbunden zu bleiben. Dazu gehören insbesondere **Community-Formate** wie der „On-The-Go“ Community Call, ein digitales Treffen für Mehrweg-Macher:innen, das zuerst monatlich, später alle sechs Wochen stattfand. Hier ging es darum, regelmäßig zusammenzukommen und



sich gegenseitig über aktuelle Entwicklungen zu informieren, gute Beispiele vorzustellen, aber auch Ideen für konkrete Projekte oder Interventionen zu validieren. Auch der digital angebotene Fachaustausch „Tacheles“ zwischen Kommunen hatte das Ziel, einen vertrauensvollen Raum zu schaffen für Austausch und gemeinsame Inspiration. Beide Formate waren zudem wichtig für Vernetzungen – unter den Teilnehmer:innen, aber auch, um immer wieder auszuloten, wie Netzwerke von Teilnehmer:innen für konkrete Projekte genutzt werden können.

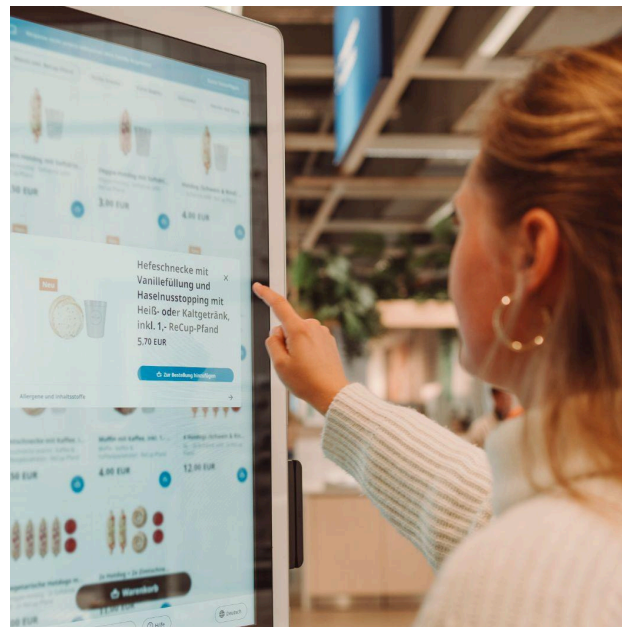
Außerdem bot die Umsetzungsallianz **co-kreative Formate** an, die sehr gezielt die kollektive Intelligenz der Allianzmitglieder zu kanalisieren versuchten. Darunter waren zum Beispiel der Ideensprint zur Entwicklung des Nudging-Portfolios im Collective-Action-Projekt „Mehrweg: Erste Wahl“. Es gab auch verschiedene co-kreative Sessions im Rahmen des „On-The-Go“ Vernetzungsformates zur Entwicklung von Ansätzen für die digitale out-of-home Kampagne (Kampagne zur Außenwerbung). Auch durch offene Workshops z. B. zum Thema fragmentierte Infrastruktur konnten wir Ideen sammeln, die wir später in konkreten Umsetzungsprojekten aufgreifen konnten.

Während diese Formate alle stets auch das Ziel verfolgten, Vertrauen zu schaffen und auch zufällige Kooperationen zu ermöglichen, waren unsere **Collective Action Projekte** klare Umsetzungsformate mit Verbindlichkeiten: Prototypen, Experimente, Reallabore, aus denen wir mit und für das Ökosystem lernen wollten und sehr gezielt robuste und verbindliche Schlüsselakteur:innen involvierten, da für die daraus erwachsenden Kollaborationen zeitliche, personelle und teilweise auch finanzielle Ressourcen allokiert wurden.



### III. Umsetzungsphase

In dieser Phase begann die Umsetzung der Collective-Action-Projekte (CAPs), insgesamt acht über die zwei Jahre der Umsetzungsallianz. Während der Vorbereitungen für die jeweiligen CAPs wurden zunächst Umsetzungspartner:innen aus der Allianz gewonnen. Anschließend wurden wissenschaftliche Begleitungen organisiert, in regelmäßigen Jour Fixes mit den jeweiligen Umsetzungspartner:innen detaillierte Umsetzungspläne erstellt sowie notwendige Kommunikationsmaterialien entworfen und die Community an relevanten Stellen immer wieder aktiv in die Unterstützung eingebunden.



© Marlene Charlotte Limburg

Nach Abschluss der Planungen ging es in die eigentliche Umsetzung der Collective-Action-Projekte. Dabei wurden CAPs bei Bedarf nachgeschärft und an die jeweiligen Entwicklungen im Projekt angepasst. Parallel wurden in den Community-Formaten regelmäßig Einblicke in die Fortschritte der CAPs gegeben.

Um darüber hinaus auch die Allianz selbst weiterzuentwickeln und auf die Bedürfnisse der Mitglieder:innen und des Mehrweg-Ökosystems anzupassen, wurden gemeinsam mit der Bertelsmann Stiftung zwei ausführliche Interviewrunden mit 25 Personen aus der Allianz durchgeführt. Das Transformations-Team der Stiftung war ebenso an der Wirksamkeit und dem Potenzial für Transformation der Mehrwegsangebotspflicht interessiert. Diese Interviews wurden zwei Mal im Abstand von circa 18 Monaten durchgeführt. Die Auswertung der Arbeit ist [hier](#) zugänglich.

### IV. Lern- und Transferphase

Die Lern- und Transferphase hatte zum Ziel, die Erfahrungen und Erkenntnisse aus den Formaten zusammenzutragen und in den Gestaltungsprozess für bestehende Collective-Action-Projekte und zukünftige Aktivitäten einzubeziehen.

Schon während der vorausgehenden Projektphasen (I-III) schufen wir stets Lernformate, um Daten und Erkenntnisse aus den Umsetzungsformaten zu teilen und nächste Skalierungsschritte für **bestehende CAPs** zu definieren. Dazu gehörte z. B. eine Reihe an Lernlaboren für die Systemgastronomie, die sich als Anschluss an das CAP "Mehrweg: Erste Wahl" verstanden. Sie ermöglichten eine Wissensweitergabe und damit anderen Systemgastronomien, von den Erfahrungen aus dem ursprünglichen Experiment zu lernen, Ansätze weiterzuentwickeln und somit die Umsetzung von Mehrweg in der Systemgastronomie zu skalieren.

Die Erkenntnisse aus den CAPs wurden auch auf die Entwicklung **neuer Aktivitäten** übertragen. So entwickelten sich die CAPs „Mehrweg x Labor Tempelhof“, „Rentabilität

von Mehrweg“ und „Policy Paper“. Das CAP „Mehrweg x Labor Tempelhof“ beispielsweise entstand aus den Erkenntnissen mehrerer CAPs. Im CAP „Mehrweg: Erste Wahl“ wurde deutlich, dass ein Mehrweg-Default (bzw. Standard) das Verhalten von Konsument:innen am meisten beeinflusst, während sich in den CAPs „Mehrweg am Empfang“ und „Reallabor anbieterübergreifende Rückgabe“ abzeichnete, dass Verhaltensänderungen in einem geschlossenen System (wie z. B. einem Konzertgelände) deutlich einfacher zu erreichen sind als im offenen System (einer gesamten Stadt). So entstand die Idee, auf dem Labor Tempelhof zu zeigen, wie Mehrweg auf einer Konzertreihe umgesetzt werden kann und auf dem Gelände eine große Zahl an Besucher:innen mit Mehrweg erreichen kann.

Unsere CAPs haben wir stets ausgewertet, die Ergebnisse über Social Media geteilt und wo besonders relevant über unsere Website für die breite Öffentlichkeit zugänglich gemacht:

- <https://mehrweg-einfach-machen.de/rueckgabeinfrastruktur-muenchen/>
- <https://mehrweg-einfach-machen.de/mehrweg-am-empfang/>
- <https://mehrweg-einfach-machen.de/mehrweg-nudging/>
- <https://wegweiser-mehrweg.de/>
- <https://mehrweg-einfach-machen.de/labor-tempelhof/>
- <https://mehrweg-einfach-machen.de/policy-paper/>

Doch auch für uns intern war Lernen ein zentrales Anliegen. Die Ergebnisse der zweimal durchgeführten Interviewrunde flossen in einen Report und bestimmten damit die weitere Arbeit der Umsetzungsallianz an sich.

- [mehrweg.einfach.machen - Ergebnisse 2. Interviewrunde](#)

## **V. Auswertungsphase**

Während ausgewählte Collective-Action-Projekte und Community-Formate weiterlaufen, wurde der Learning Report der Umsetzungsallianz veröffentlicht. Dieser stellt die Erkenntnisse für Mehrweg To-Go aus zwei Jahren Umsetzungsallianz ausführlich dar, überträgt sie auf die weitere Kreislaufwirtschaft und gibt einen Ausblick auf die nächsten Schritte:

- <https://mehrweg-einfach-machen.de/learning-report/>

---

## **4. Projektergebnisse**

Auch zwei Jahre nach Einführung der Mehrwegangebotspflicht zeigt sich immernoch ein gemischtes Bild: Während einige große Unternehmen und kleinere Gastronomien Mehrwegsysteme erfolgreich integriert haben, bleibt die Gesamtwirkung gering. Der Anteil von Mehrwegverpackungen im Außer-Haus-Verzehr stieg laut GVM-Studie lediglich von 0,7 % (2022) auf 1,6 % (2023). Gleichzeitig nahm die Gesamtmenge an

Einwegverpackungen um 7,4 % zu – von 13,6 auf 14,6 Milliarden Stück. Die erwartete Trendwende blieb somit aus.<sup>5</sup>

Die Hindernisse sind vielschichtig – und sind im Großen und Ganzen die gleichen, wie vor zwei Jahren: Konsument:innen kennen Mehrwegoptionen oft nicht oder empfinden sie als unpraktisch, während Letztvertreibende über organisatorische und wirtschaftliche Hürden klagen. Zudem mangelt es an effektiver Kontrolle der gesetzlichen Vorgaben, da Kommunen aufgrund begrenzter Ressourcen häufig weder die Einhaltung überprüfen noch Verstöße sanktionieren können. Dies führt zu regional uneinheitlicher Umsetzung und Ausweichbewegungen hin zu alternativen Einwegmaterialien wie Papierverbunden, die ökologisch fragwürdig sind. Detaillierte Analysen und Empfehlungen dazu sind im [Policy Paper](#) der Umsetzungsallianz zu finden.

Dennoch konnten wir als Umsetzungsallianz wichtige Erfolge für die Akzeptanz und Verbreitung von Mehrweg verbuchen und wichtige Erkenntnisse für die erfolgreiche Umsetzung von Mehrweg gewinnen.

## 4.1. Erfolge der Umsetzungsallianz

### I. Wir haben gezeigt: Mehrweg To-Go ist machbar!

Wir haben neue Möglichkeitsfenster geöffnet und durch mutige Modellvorhaben Menschen in der Industrie inspiriert und ins Handeln gebracht. Diese Collective-Action-Projekte sind mehr als Experimente – sie ebnen den Weg für die nächsten, ambitionierten Schritte hin zu nachhaltigen Veränderungen. Besonders wichtig war uns dabei, entsprechend unserer ambitionierten Ziele auch besonders große Umschlagplätze für Einweg zu identifizieren – und Schlüsselakteur:innen (die Systemgastronomie, die Veranstaltungsindustrie) dabei zu begleiten, konstruktive Beispiele für ihre jeweilige Industrie zu schaffen.

### Systemgastronomien als Impulsgeber:innen für die Mehrwegwende:

Wir haben es geschafft, große Systemgastronomien mit echter Marktmacht wie Burger King, Ditsch oder BackWerk für das Thema Mehrweg To-Go zu begeistern – und zum Experimentieren mit unterschiedlichen Ansätzen zu bewegen. Durch unser deutschlandweites Experiment „Mehrweg: Erste Wahl“ konnten wir insgesamt acht Systemgastronomien mobilisieren, auf Filialebene gezielte Verhaltensimpulse – so genannte Nudges



© Marlene Charlotte Limburg

---

<sup>5</sup> WWF (2024): Mehrweg in der Gastronomie: Ein Realitätscheck ein Jahr nach Einführung der Mehrwegangebotspflicht. Verfügbar unter: <https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Plastik/Mehrweg-in-der-deutschen-Gastronomie-1-Jahr-Mehrwegangebotspflicht.pdf>

– umzusetzen und Daten zu deren Wirksamkeit mit uns und wissenschaftlichen Partner:innen zu teilen. In ausgewählten Gastronomien – nämlich all jenen, die besonders intentionale Nudges vertestet haben – konnten wir die Mehrwegquote signifikant steigern und so aktiv Einwegverpackungen einsparen.

Ein besonders erfolgreicher Fall war IKEA, wo der technische und kommunikative Nudging-Standard die Nutzung von Mehrweg um rund 30 Prozentpunkte (in vereinzelter Filialen bis auf 80%) erhöhte. Als konkretes Ergebnis dieser Arbeit entstand das [Nudging-Playbook](#) für die gesamte Branche. Nach diesen ersten Erfolgen schufen wir mit dem Lernlabor für die Systemgastronomie einen ersten organisationsübergreifenden Lernraum, um mit weiteren Systemgastronomien an der Ausweitung nachhaltiger Mehrweglösungen zu arbeiten.

**Großveranstaltungen als Modell für „die Welt da draußen“:** In enger Zusammenarbeit mit dem größten Berliner Konzertveranstalter LOFT Concerts und dem Cateringunternehmen GTB haben wir auf Initiative von Cradle2Cradle NGO erfolgreich das Labor Tempelhof – eine dreitägige Veranstaltung mit drei Konzerten der deutschen Band „Die Ärzte“ im August 2024 – vollumfänglich in Mehrweg umgesetzt und damit eine erhebliche Menge an Einwegverpackungen eingespart. Die Daten und Erkenntnisse dieses Collective-Action-Projekts wurden in einer Case Study, dem [Handbuch Mehrweg auf Großveranstaltungen](#), aufbereitet und anschließend in einem ersten, gemeinsamen Lern- und Austauschformat mit führenden Veranstalter:innen aus ganz Deutschland geteilt, um die gewonnenen Erkenntnisse und Ansätze in die gesamte Branche weiterzutragen. Dies ist Grundlage, um auch in 2025 mit weiteren Großveranstalter:innen in die begleitete Veränderung zu gehen.



© Birgit Goldbecker, Cradle to Cradle NGO

## II. Wir haben eine lebendige Community aufgebaut

Seit dem gelungenen Auftakt im Dezember 2022, der von einer inspirierenden Aufbruchsstimmung geprägt war, haben wir eine lebendige Community von 200+



Mitstreiter:innen aufgebaut, die von Vertrauen und gegenseitigem Verständnis geprägt ist. Regelmäßige Austauschformate wie unsere „On-The-Go“ Community Calls, an denen alle 6 Wochen – und das seit zwei Jahren – regelmäßig über 60 Mitstreiter:innen teilnehmen, halten diese Energie hoch. Für Kommunen bietet unser Format „Tacheles“ einen vertrauten Raum für intensiven Austausch, während Veranstaltungen wie unser Workshop & Parlamentarisches Dinner im Oktober 2024 mit 40 Schlüsselakteur:innen gezielt darauf angelegt waren, strategisch relevante Stellschrauben nach zwei Jahren Mehrwegangebotspflicht zu identifizieren.

Das Feedback aus unserer Community ist eindeutig: Unsere Formate entfalten positive Energie und ziehen immer neue Akteur:innen an – vor allem dann, wenn innerhalb der Community nicht nur genetzwerkt wird, sondern anhand konkreter Umsetzungserfahrungen voneinander gelernt werden darf. In einer oft ernüchternden Zeit sind diese starken Beziehungen ein Zeichen für Zusammenhalt und gemeinsames Engagement.

### **III. Wir haben Schlüsselakteur:innen gewonnen und konkret eingebunden**

Von Anfang an ist es gelungen, relevante Stakeholder:innen aus dem System Mehrweg To-Go einzubinden und so die gesamte Bandbreite des Systems – öffentlicher Sektor (insbesondere Bund und Kommunen), Wirtschaft (Mehrwegsystem anbietende, Systemgastronomie, Veranstaltungswirtschaft und Logistik) und Zivilgesellschaft (Verbände, Umweltorganisationen und lokale Gestalter:innen) abzubilden. Besonders erfreulich war für uns die Teilnahme von Schlüsselakteur:innen –den Letztvertreibenden–, die durch die Fragmentierung des Sektors schwer zu erreichen sind. Systemgastronomien, die Veränderungen oft eher zögerlich gegenüberstehen, bzw. durch ihre Franchise-Struktur oft schwieriger zu bündeln und erreichen sind, wurden erfolgreich in die Projekte eingebunden..

Diese nicht nur in niedrigschwellige Formate („die niemandem wehtun“), sondern in Umsetzungsprojekte zu integrieren, die eine gewisse Verbindlichkeit erfordern, war ein wichtiger Hebel, um Glaubwürdigkeit für das Thema und das Wirken der Allianz zu schaffen.

### **IV. Wir haben ungewöhnliche Verknüpfungen geschaffen**

Durch die Umsetzungsallianz konnten wir ungewöhnliche, wertvolle Verbindungen zwischen Akteur:innen anstoßen. So haben zum Beispiel IKEA und Burger King ihre Erfahrungen in der praktischen Umsetzung von Mehrwegmodellen geteilt und dabei insbesondere die Frage untersucht, wann und wie Mehrweg sich wirtschaftlich lohnt. Auch die horizontale Vernetzung zwischen verschiedenen Arbeitsebenen wurde gefördert, sodass Kommunen untereinander – oder Systemgastronom:innen in einer vorwettbewerblichen Atmosphäre – erstmals ihre Erkenntnisse und Herausforderungen direkt austauschen konnten. Neben dem Erfahrungsaustausch sind dabei auch immer wieder konkrete Kooperationsprojekte entstanden, darunter z. B. die Kooperation von WWF Deutschland und Ecolab zur Gestaltung nachhaltiger Wanderrouten (mit Mehrweg) sowie die konkrete Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Städten z. B. zur Einführung mobiler Spülsysteme.

## **V. Das Netzwerk der Umsetzungsallianz als Inkubator für den DATIpiloten**

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) hat im Rahmen der Förderrichtlinie DATIpilot 20 Innovationscommunities ausgewählt. Unter den knapp 500 eingereichten Skizzen wurde auch das MEHRCE-Projekt ausgewählt. Es handelt sich um ein Konsortium des Wuppertal Instituts und des Mehrwegverbands Deutschland, das innovative Forschungs- und Transferprojekte zur Förderung von Mehrwegsystemen unterstützt, insbesondere in den Bereichen E-Commerce, vorverpackte Lebensmittel, Außer-Haus-Verzehr, Systemgastronomie und Drogeriemärkte.

Das Projekt startet mit einem Netzwerk von rund 100 Unternehmen, Start-ups und NGOs und nutzt DATI als Förderinstrument, um Kooperationen zu mobilisieren. Die Initiator:innen, die sich über die Umsetzungsallianz fanden, nutzten die Chance, Mehrweginfrastrukturen für To-Go und darüber hinaus zu fördern. Sie griffen schnell auf die Netzwerke der Allianz zurück, um konkrete Vorschläge und Referenzen zu entwickeln. Ab 2025 können Maßnahmen wie Experimente und Reallabore über DATI gefördert werden, was dem gesamten Ökosystem zusätzlichen Schub verleiht.

## **VI. Wir haben den Dialog zwischen Praxis und Politik gefördert**

Von Beginn an hatten wir als Nordstern formuliert: Wir wollen einen konstruktiven Umgang pflegen und Brücken schlagen zwischen Mehrwegpraxis, die mit einem neuen Gesetz wie der Mehrwegangebotspflicht umgehen muss, und dem politischen Raum.

Dieser kontinuierliche Dialog zwischen Praxis und Politik, unterstützt von der Schirmherrschaft

der Bundesumweltministerin Steffi Lemke, war wertvoll, auch wenn die Möglichkeiten für Unterstützung oft begrenzt blieben. Die Zusammenarbeit zwischen Koalitionspartner:innen mit unterschiedlichen umweltpolitischen Prioritäten hatte ohne Frage auch negative Konsequenzen für die Mehrwegwelt – und war auch für uns als Praxispartner:innen spürbar.



© Anita Back

Regelmäßige Gespräche mit dem BMUV halfen jedoch, ministeriale Perspektiven zu verstehen und das Thema gleichzeitig im Ministerium präsent zu halten. Die Ergebnisse mündeten in einem [Policy Brief](#), der neue Impulse setzt. Zwar benötigt die politische Verbreitung mehr Zeit als erwartet, doch ein Grundstein für langfristigen Austausch ist gelegt.

## **VII. Wir haben erfolgreich wissenschaftliche Akteur:innen eingebunden**

Die enge Zusammenarbeit mit der Wissenschaft erwies sich als äußerst wertvoll für alle Beteiligten. Viele wissenschaftliche Akteur:innen waren engagiert eingebunden, wodurch ein produktiver Austausch entstand, der uns valide Daten für die

Weiterentwicklung unserer Collective-Action-Projekte lieferte und den Forschenden gleichzeitig eine einmalige Chance bot, relevante Daten aus Experimenten und Reallaboren zu sammeln.

Ein Beispiel hierfür ist die Kooperation mit der Leuphana Universität im Collective-Action-Projekt „Mehrweg: Erste Wahl“. Forschende erhielten Zugang zu den von Systemgastronomien erhobenen Daten zu Mehrweg, die sie für eigene Forschungszwecke nutzen konnten. Gleichzeitig erhielten wir Unterstützung im Aufsetzen des Forschungsdesigns, Sparring mit unseren Partner:innen und Unterstützung bei akuter Problemlösung während der Umsetzungsphase. So entstand ein gegenseitiger Nutzen, der die Praxis stärkt und gleichzeitig die wissenschaftliche Basis für nachhaltige Mehrwegsysteme erweitert.

### **VIII. Wir haben neue Standards für organisationsübergreifende Zusammenarbeit gesetzt**

Neue Formen der Zusammenarbeit sind entscheidend, um komplexe Herausforderungen wie den Aufbau von Mehrwegsystemen zu bewältigen. Das Kernteam der Umsetzungsallianz wollte von Anfang an ein Testraum für organisationsübergreifende Zusammenarbeit sein, um Chancen und Herausforderungen einer engen Zusammenarbeit über Silos hinweg zu untersuchen. Diese Zusammenarbeit war Teil einer Lernreise.

Nach zwei Jahren hat sich aus einer anfänglichen Idee eine Meta-Organisation mit eigener Identität, einem übergreifenden Team und Ressourcenbündelung entwickelt. Sie basiert auf Vertrauen und nutzt die Stärken der beteiligten Organisationen, wobei unterschiedliche Geschwindigkeiten und Kulturen berücksichtigt werden. Zu Beginn waren die Organisationen im Kernteam gut koordinierte, aber eigenständige Akteur:innen. Heute ist die Zusammenarbeit organisch gewachsen, und Themen werden in wechselnden Konstellationen gemeinsam erkundet und verantwortet – auch ohne gemeinsame Finanzierung, die sonst engeren Zusammenhalt schnell möglich macht. Stattdessen bringt jede Organisation eigene Ressourcen ein und kann so ihre Wirkung erhöhen. Das Kernteam dient damit als Reallabor für die zukünftige missionsorientierte Zusammenarbeit.

## **4.2 Erkenntnisse für Mehrweg To-Go**

Im Rahmen unserer Arbeit konnten wir zentrale Erkenntnisse im Hinblick auf die konkrete Entwicklung von Mehrweg To-Go als zukunftsweisenden Baustein einer Kreislaufwirtschaft gewinnen. Die Umsetzungsallianz hat sich auf zentrale Hebel konzentriert, um Mehrweg To-Go als Beitrag zur Kreislaufwirtschaft zu fördern. Dabei wurden spezifische Herausforderungen identifiziert und Lösungsansätze getestet.

In den zwei Jahren der Umsetzungsallianz haben wir fünf Hebel identifiziert und herausgearbeitet, zu denen sich unterschiedliche Erkenntnisse zuordnen lassen:

### **Hebel 1: Nachfragesteigerung als zentraler Motor für Mehrweg**



Ohne Nachfragesteigerung keine skalierbaren Mehrwegsysteme. Geschäftsmodelle hängen davon ab und Öko-Bilanzen sind nur dann überlegen, wenn möglichst hohe Umlaufzahlen erreicht werden. Die Realität heute ist: Der Anteil von Mehrweg im To-Go-Bereich bleibt marginal und Einwegverpackungen dominieren nach wie vor den Markt.



© Marlene Charlotte Limburg

1. **Erkenntnis: Der „Behavior-Intention-Gap“ ist real:** Verbraucher:innen befürworten Mehrweg in Umfragen, greifen im Alltag jedoch oft zu Einweg – aus Bequemlichkeit, Zeitdruck und mangelnder Information. Pilotprojekte wie „Mehrweg am Empfang“ bestätigen dieses Muster: Trotz anfänglicher Zustimmung blieb die Nutzung hinter den Erwartungen zurück. Die Herausforderung besteht darin, Konsument:innen über Absichtserklärungen hinaus zu aktivieren und neue Routinen zu etablieren.
2. **Erkenntnis: Mehrweg braucht Vorbilder:** Unternehmen mit klarer Mehrweg-Strategie treiben den Wandel voran. Beispiele wie Burger King (Beteiligung an Pool-System statt eines hauseigenen Mehrwegsystems) und IKEA (Mehrweg als Bestell-Standard) zeigen, dass konsequente Umsetzung Marktpulse setzen kann. Solche Ansätze erleichtern Konsument:innen die Entscheidung für Mehrweg und motivieren weitere Unternehmen zur Nachahmung.
3. **Nachfrageförderliche Gesetzgebung ist das Gebot der Stunde:** Allein auf Vorreiter zu setzen reicht nicht – es braucht gezielte Gesetzgebung. Die Mehrwegangebotspflicht (MAP) wurde als Impulsgeber erwartet, bleibt aber durch Ausnahmen und fehlende Durchsetzungsmechanismen schwach. Ohne effektive Kontrolle profitieren nur intrinsisch motivierte Akteur:innen, während andere Vorgaben umgehen. Gute Gesetze müssen kommunale Realitäten einbeziehen, um wirksam und glaubwürdig zu sein.

## Hebel 2: Kosten und Profitabilität als Barriere

Ein weiterer wesentlicher Hebel für die erfolgreiche Skalierung von Mehrweg ist eine Reduktion von Kosten. Viele Letztvertreibende sehen die Einführung von Mehrweg als teurer und aufwendiger an als die Nutzung von Einwegverpackungen, obwohl sich mittlerweile Mehrweg schon ab dem zweiten Umlauf pro Stunde lohnt. (Für kleine

Gastronomien lohnt es sich finanziell bereits ab einem täglichen Verkauf von ca. 16 Mehrwegbehältern. Ab etwa zwei „Coffee-To-Go“ pro Stunde liegen die Mehrwegkosten unter den Einwegkosten.<sup>6</sup> Insbesondere die Anfangsinvestitionen, etwa für Spültechniken, Schulungen und organisatorische Anpassungen, stellen eine erhebliche Hürde dar.

- 1. Erkenntnis: Mehrweg bringt neue Kosten mit sich.** Die Einführung von Mehrweg bringt anfangs zusätzliche Kosten, vor allem für Verpackungssysteme und den Betrieb. Dennoch können Gastronomiebetriebe durch das richtige Modell sowohl ökologische als auch finanzielle Vorteile erzielen, indem sie Kosten bei Wasserverbrauch, CO<sub>2</sub>-Emissionen und Abfall reduzieren. Es gibt kein universelles Modell – jedes System muss an den Betrieb angepasst werden, um Effizienz und geringeren Aufwand zu gewährleisten. Wichtige Kostenfaktoren sind Preise für Einweg- und Mehrwegverpackungen, Anschaffungskosten für Spülmaschinen, Personalaufwand und Lizenzgebühren.
- 2. Erkenntnis: Mehrweg kann sich lohnen.** Kleine Gastronomiebetriebe profitieren bereits ab ca. 16 Mehrwegbehältern täglich. Größere Betriebe benötigen höhere Stückzahlen, doch ein Break-Even ist erreichbar. Mit einer Einwegsteuer von 50 Cent pro Behälter (analog zu Tübingen) lohnt sich Mehrweg oft schon ab dem zweiten Behälter pro Tag.
- 3. Erkenntnis: Mehrweg hat weitere ökonomische Effekte.** Vorteile sind gesteigerte Kundenbindung, zusätzliche Verkaufskanäle, höhere Zahlungsbereitschaft für nachhaltige Angebote und Mehreinnahmen durch Einwegaufschläge zur Querfinanzierung.
- 4. Erkenntnis: Verdeckte Kosten von Einweg als Wettbewerbsnachteil für Mehrweg.** Einweg bleibt auf dem Papier günstiger, weil externe Umweltkosten nicht eingepreist sind. Mehrweg trägt dagegen direkte Kosten für Transport, Reinigung und Logistik, was einen Wettbewerbsnachteil schafft.
- 5. Erkenntnis: Anreize für fairen Wettbewerb.** Viele kleine Betriebe zögern bei Mehrweg To-Go, obwohl langfristige Einsparungen möglich sind. Fördermaßnahmen, z. B. für Industriespülmaschinen, und die Besteuerung von Einweg wie in Tübingen können Mehrweg wirtschaftlich attraktiver machen.

### Hebel 3: Smarte Rückgabeprozesse als Erfolgsfaktor

Die Gestaltung smarter Rückgabeprozesse: der heilige Gral der Kreislaufwirtschaft. Auch für Mehrweg To-Go stellt sich die Frage: Wie können wir Rückgabeprozesse entwickeln, die für Konsument:innen intuitiv und unkompliziert sind, sich reibungslos in die Abläufe von Unternehmen integrieren und gleichzeitig ressourcenschonend sowie effizient gestaltet sind?

- 1. Erkenntnis: Das ist nur der Anfang.** Der Übergang zu Mehrweg ist noch in einer frühen Phase. Aktuelle Modelle testen, wie Rückgabe bei verschiedenen Nachfragequoten funktioniert. Es gibt kein universelles Modell für alle Kommunen oder Regionen. Pilotprojekte sind entscheidend, um Hindernisse und Potenziale zu erkennen, wobei Kommunen zunehmend als Treiber dieser Experimente auftreten. Sie suchen neue Wege zur Abfallvermeidung und zur

---

<sup>6</sup> Ab Wann Lohnt Sich Mehrweg? <https://mehrweg-einfach-machen.de/profitabilitaetvonmehrweg/>

Eindämmung von Littering, und eine anbieterübergreifende Rückgabe wird zunehmend nachgefragt.

- 2. Erkenntnis: Das Verhältnis zwischen einfacher Rückgabe & Mehrwegnachfrage bleibt unklar.** Der Zusammenhang zwischen vereinfachter Rückgabe und steigender Mehrwegnachfrage ist noch unklar. Projekte wie „Mehrweg am Empfang“ und andere konnten den Einfluss einer vereinfachten Rückgabe auf die Mehrwegnutzung nicht eindeutig bestätigen. Die Hypothese, dass eine gute Rückgabefinfrastruktur Barrieren abbauen und Mehrweg normalisieren kann, bleibt jedoch bestehen, obwohl die Experimente zu kurz waren, um eine endgültige Schlussfolgerung zu ziehen.
- 3. Erkenntnis: Der Wettbewerb zwischen neu zu schaffenden Infrastrukturen und Nutzung bestehender Infrastrukturen ist (noch) offen:** Die Klärung der Frage zwischen der Nutzung bestehender Infrastrukturen und dem Aufbau neuer Systeme ist noch offen. Einige Projekte, wie „reusable2Go“ und „Haar geht den Mehrweg“, setzen auf bestehende Strukturen, was ökologisch und ökonomisch sinnvoller sein kann. Andere, wie das CAP „Reallabor anbieterübergreifende Rückgabe“ und Initiativen der Deutschen Umwelthilfe, favorisieren neue Rückgabestrukturen. Erste Erfahrungen zeigen, dass die Nutzung bestehender Infrastrukturen bei geringen Margen und hoher Nachfrage oft vorteilhafter ist, während in Zukunft auch kommunale Rückgabepunkte eine Rolle spielen könnten.
- 4. Erkenntnis: Digitalisierung als Treiber für die Kreislaufwirtschaft:** Digitalisierung spielt eine entscheidende Rolle für die Effizienz der Kreislaufwirtschaft. Mit digitalen Tools wie QR-Codes und RFID-Tags können Mehrwegverpackungen über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg verfolgt werden. Dies ermöglicht eine präzisere Ermittlung von Umlaufzahlen und fördert die Ressourcennutzung durch optimierte Logistik. Digitale Systeme bieten erhebliche Effizienzpotenziale, die bei analogen Systemen fehlen, auch wenn letztere noch vertrauter für Verbraucher:innen sind.

#### **Hebel 4: Narrative für den Wandel**

Erfolgreiche Mehrwegsysteme brauchen mehr als nur technologische Lösungen und betriebliche Umstellungen – sie benötigen auch ein überzeugendes, breitenwirksames Framing, das die breite Öffentlichkeit anspricht und den Wandel in den Köpfen der Konsument:innen verankert.

- 1. Erkenntnis: Raus aus der Öko-Blase!** Das klassische Argument „Mehrweg ist gut für die Umwelt“ reicht nicht aus, um breite Zielgruppen zu erreichen. Es gibt einen Push-Back gegen ökologische Themen, der oft als Gesinnungsfrage oder Verbot wahrgenommen wird. Daher ist es wichtig, das Framing von Mehrweg zu überdenken und Mehrweg als Lifestyle-Entscheidung zu positionieren – für jüngere Generationen als Instagram-Trend, für ältere als vernünftige Wahl und als Beitrag zur Sauberkeit in Städten. Kampagnen wie #MehrMehrweg versuchen, neue Narrative zu etablieren und verschiedene Milieus anzusprechen.
- 2. Erkenntnis: Mehrweg begeistert! Echt!** Die Resonanz auf das Mehrwegkonzept im Labor Tempelhof war überwältigend positiv. Viele Teilnehmer:innen

empfanden Mehrweg als selbstverständlich und wünschten sich, dass es überall verfügbar wäre. Die Begeisterung zeigte sich in Aussagen wie „Ich liebe alles daran!“ und „Müllvermeidung rockt :)“. Besonders geschätzt wurde die einfache Handhabung durch die „Pfandfreiheit“, die den Prozess erleichtert. Diese Rückmeldungen bestätigen, dass gut umgesetzter Mehrweg nicht nur ökologisch sinnvoll, sondern auch praktisch und attraktiv sein kann.

### **Hebel 5: Kooperation als Zukunftsaufgabe**

Im Bereich Mehrweg To-Go sind neue Partnerschaften entlang des gesamten Mehrwegkreislaufs notwendig. Der Erfolg von Mehrweg erfordert den kollektiven Einsatz von Systemanbietenden, Letztvertreibenden, Kommunen und Logistikpartner:innen. Während einige Kooperationen noch auf traditionellen Dienstleistungsbeziehungen basieren, müssen viele neue Formen der Zusammenarbeit – wie Innovationspartnerschaften und Förderbeziehungen – erst etabliert werden.

- 1. Erkenntnis: Kooperation braucht es auf allen Ebenen.** Die Einführung von Mehrweg-To-Go erfordert Kooperationen auf verschiedenen Ebenen. Auf betrieblicher Ebene arbeiten Letztvertreibende mit Systemanbietern wie RECUP oder Vytal zusammen, um Mehrwegsyste~~m~~e zu implementieren. Darüber hinaus muss ein Systemwandel stattfinden, der über die betriebliche Ebene hinausgeht und technische, wirtschaftliche, gesellschaftliche sowie logistische Prozesse umfasst. Der Erfolg hängt von einer tiefgreifenden Zusammenarbeit ab, insbesondere bei der Einbindung von Systemgastronomie und Lebensmitteleinzelhandel in gemeinsame Standards, um ökologische, technische und ökonomische Potenziale zu maximieren.
- 2. Erkenntnis: Zusammenarbeit ist lokal.** Mehrwegbehälter zirkulieren hauptsächlich lokal, daher müssen Kooperationen entlang des Mehrwegkreislaufs lokal organisiert werden. Je nach Mehrwegquote variieren die Anforderungen und Potenziale. Lokale Kooperationen sind entscheidend in verschiedenen Bereichen: für die Einführung des Systems durch Systemanbietende und Kommunen, die Verteilung und Rückführung der Behälter durch Logistikunternehmen und Systemanbietende, die Reinigung der Behälter durch Spülunternehmen und die Schaffung von Bewusstsein bei Endverbrauchern durch Informationskampagnen und Anreize.
- 3. Erkenntnis: Rollenwandel in der Kreislaufwirtschaft.** Der Wandel zu Mehrweg statt Einweg erfordert eine Neuorientierung etablierter Akteur:innen. Kommunale Abfallwirtschaftsbetriebe könnten ihre Logistikkapazitäten nutzen, um Mehrwegsyste~~m~~e zu unterstützen, etwa durch den Transport von Behältern oder die Bereitstellung von Rückgabestationen. Diese Rolle erfordert nicht nur technische Anpassungen, sondern auch strategische Kooperationen mit Systemanbietenden, Gastronomie und Einzelhandel, um effiziente Kreisläufe und nachhaltige Infrastrukturen zu schaffen.
- 4. Erkenntnis: Wirkungsvolle Kooperationen brauchen neutrale Mittlerorganisationen:** Der Umbau von Einweg- auf Mehrweg-Systeme benötigt neutrale Mittlerorganisationen, die eine koordinierende Rolle im Ökosystem übernehmen. Diese Organisationen fördern Vertrauen und Zusammenarbeit zwischen Akteur:innen ohne eigenes Profitinteresse. Ein

Beispiel ist die Umsetzungsallianz im „Reallabor anbieterübergreifende Rückgabe“, die als neutraler Mittler in einem komplexen Umfeld agierte. Diese Rolle ist auch für den Mehrwegverband Deutschland wichtig, um die Transformation hin zu Mehrweg erfolgreich umzusetzen. Letztlich braucht es im System eine koordinierende Funktion wie die Umsetzungsallianz, die als neutrale Instanz mit Agenda agiert und die Transformation im System für die Kooperation vorantreibt. Dafür ist kein fachliches Expert:innenwissen notwendig – dieses wird vielmehr punktuell oder phasenweise einbezogen. Unsere konsolidierten, themen-agnostischen Erkenntnisse für die Gestaltung von Veränderungsprozessen sind im [Learning Report](#) (S.44-50) detailliert beschrieben.

---

## 5. Öffentlichkeitsarbeit / Vorträge / Veröffentlichungen

### 5.1 Öffentlichkeitsarbeit und Vorträge

Die Umsetzungsallianz war auf diversen Veranstaltungen mit aktiven Beiträgen und in Podcast-Formaten vertreten. Eine Auswahl davon ist hier zu finden:

- Vortrag bei ProjectTogether: April 2025, Berlin
- CIRCO Netzwerk-Treffen: Februar 2025, Online mit Fokus NRW
- Deutscher Städtetag: Dezember 2024, digital
- Dresdner Verpackungstagung: Dezember 2024, Dresden
- Jahrestagung Industrieverband Papier: Oktober 2024, Berlin
- Vortrag bei der IHK Berlin: Oktober 2024, Berlin
- ECR Tag: September 2024, Bonn
- [Podcast: Wie wird die NKWS ein Erfolg?](#), September 2024
- Cradle to Cradle Summit: August 2024, Berlin
- DBU Umweltforum: Juni 2024, Berlin
- Task Force “Zero Waste bei Veranstaltungen”, April - September 2024, Berlin
- Thüringer Mehrwegkonferenz: März 2024, Erfurt
- Circular Economy Netzwerk Bertelsmann Stiftung: Februar 2024 - heute, digital
- Innovation Packaging Conference: Februar 2024, Birmingham
- Auftakt der Zero Waste Agentur: November 2023, Berlin
- transform\_D Summit: November 2023, Berlin
- New Era Mitgliederversammlung: Oktober 2023, München Haar
- [Podcast: Mehrweg-Kreislauf im Alltag, am Büro-Empfang](#), Oktober 2024
- Policy Lab NKWS (Bundeskanzleramt): September 2023, Berlin

### 5.2 Veröffentlichungen

Darüber hinaus haben wir unsere Ergebnisse mit der Öffentlichkeit über die [mehrweg.einfach.machen. Website](#) geteilt:

- [CAP 1: #MehrMehrweg](#)



- [CAP 2: Reallabor anbieterübergreifende Rückgabe](#)
- [CAP 3: Mehrweg am Empfang](#)
- [CAP 4: Mehrweg: Erste Wahl](#)
- [CAP 5: Informationsplattform: Wegweiser Mehrweg](#)
- [CAP 6: Mehrweg x Labor Tempelhof](#)
- [CAP 8: Policy Paper](#)
- [Ergebnisse 2. Interviewrunde](#)
- [Learning Report](#)

## 6. Fazit / Ausblick

### 6.1 Fazit

Was wir aus den Erfahrungen der letzten zwei Jahre zur Skalierung von Mehrweg gelernt haben, ist, dass dieser Prozess alles andere als ein Selbstläufer ist. Skalierung erfordert nicht nur Tests und Pilotprojekte, sondern auch gezielte Unterstützung und Begleitung, damit die gewonnenen Erkenntnisse von anderen Akteur:innen übernommen und weitergetragen werden. Zudem zeigt sich, dass eine nachhaltige Infrastruktur und eine klar definierte Rückgabestruktur entscheidend für die Akzeptanz und Verbreitung von Mehrweg sind. Um diese Prozesse erfolgreich zu skalieren, müssen die verschiedenen Akteur:innen im Mehrweg-Ökosystem stärker eingebunden und ihre unterschiedlichen Anforderungen berücksichtigt werden. Die Arbeit an der Skalierung von Mehrweg bleibt eine langfristige Aufgabe, die viel Zusammenarbeit, Ressourcen und strategische Ausrichtung erfordert.



© Paul Gärtner

## **6.2 Ausblick**

### **Es geht weiter!**

Die Umsetzungsallianz hat in den letzten Jahren wichtige Meilensteine erreicht und ist dabei, ihre Arbeit langfristig und nachhaltig fortzusetzen. Dank der Unterstützung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) konnten nicht nur konkrete Erfolge erzielt werden, sondern es wurden auch nachhaltige Verbindungen und Strukturen geschaffen, auf denen wir weiter aufbauen können. Unsere Arbeit ist längst nicht nur ein in sich abgeschlossenes Projekt, sondern hat zahlreiche positive „Co-Benefits“ hervorgebracht, die das Ökosystem der Kreislaufwirtschaft stärken und neue Kooperationen ermöglicht haben.

### **Es ist noch viel zu tun für Mehrweg (To-Go)**

Trotz der bisherigen Fortschritte stehen wir vor zahlreichen Herausforderungen. Mit der Einführung der Verpackungsrichtlinie (PPWR) im Februar 2025 stehen wichtige gesetzgeberische Schritte bevor. Als Nächstes müssen die „Delegated Acts“ sowie detaillierte Regelungen ausgearbeitet und verabschiedet werden, die mit den nationalen Gesetzgebungen, bestehenden Systemen und Anforderungen abgestimmt sind. Dieser Prozess erfordert eine enge Abstimmung mit relevanten Akteur:innen wie Verbänden, Umweltschutzorganisationen und Kommunen, um sicherzustellen, dass die Regelungen sowohl praktikabel als auch effektiv sind.

Eine der größten Herausforderungen wird es sein, die praktische Umsetzbarkeit der neuen Vorgaben zu gewährleisten. In diesem Kontext wird der Dialog mit den verschiedenen Stakeholder:innen von zentraler Bedeutung sein. Die Umsetzungsallianz hat bereits Kanäle und Formate geschaffen, um diesen Austausch zu fördern und Lösungen zu entwickeln, die die Umsetzung vorantreiben.

Wichtig ist auch die anstehende Novelle des Verpackungsgesetzes, in deren Zuge §21 überarbeitet werden soll, der – so der aktuelle Stand der Diskussion mit der Verpackungsindustrie – vor allem auf recyclingfähige Verpackungen ausgerichtet ist. Wir glauben: §21 bietet die Möglichkeit, einen Finanzierungsmechanismus für den Aufbau und die Skalierung von Mehrwegsystemen zu schaffen. Dieser Mechanismus könnte dazu beitragen, ein „Level Playing Field“ zwischen Mehrweg und Einweg zu etablieren, indem er die notwendigen finanziellen Anreize für die Einführung und Skalierung von Mehrwegsystemen bietet.

### **Dialog zwischen Politik und Praxis**

Wir werden auch in Zukunft den Dialog mit politischen Akteur:innen suchen, um Erkenntnisse aus der Praxis an den Gesetzgeber zurückzuspiegeln. Diese Feedback Loops sind essenziell, um gute Gesetze zu schaffen, die in der Realität die erhoffte Wirkung zeigen.



## **Der DATIpilot kommt!**

Ab 2025 startet der DATIpilot MEHRCE, eines der 20 geförderten Projekte im Rahmen der DATIpilot-Förderinitiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). Das Projekt hat das Ziel, den Transfer von wissenschaftlichen Erkenntnissen in die praktische Anwendung voranzutreiben und dabei innovative Transfer- und Forschungsprojekte im Bereich Mehrwegsysteme zu unterstützen. Mit einer Förderung von bis zu 5 Millionen Euro wird das MEHRCE-Projekt dazu beitragen, Mehrwegsysteme insbesondere in den Bereichen E-Commerce, vorverpackte Lebensmittel, Systemgastronomie und Drogeriemärkte zu fördern und zu skalieren. Unsere Rolle im DATI-Projekt wird dabei sein, unsere Netzwerke einzubringen, wirkungsvolle Konsortialprojekte anzustoßen und unsere methodischen Ansätze und Erfahrungen mit Kooperationsprojekten weiterzugeben. Dabei ist uns klar: DATI ist nur ein Baustein für den Aufbau von Mehrweginfrastruktur – eine Projektförderung allein reicht nicht aus, um eine langfristige institutionelle Stärkung von Mehrwegsystemen zu gewährleisten.

## **Gemeinsam vorwärts: Systemische Aufbauarbeit verstetigen**

Die Umsetzungsallianz wird auch in den kommenden Jahren weiter mit Schlüsselakteur:innen des Mehrwegökosystems zusammenarbeiten – vor allem mit dem Mehrwegverband und anderen engagierten Partner:innen, die langfristig im System wirken wollen.

Die nächsten Jahre versprechen spannende Entwicklungen, und wir sind fest entschlossen, unseren Beitrag dazu zu leisten, dass Mehrweg nicht nur eine Alternative bleibt, sondern zum neuen Standard wird. Der Weg ist noch lang, aber wir sind bereit, ihn mit vereinten Kräften weiterzugehen.

---