

# Re-Use Berlin: Mit konzentrierten Maßnahmen die Wiederverwendung von Gebrauchsgütern stärken

## Re-Use Berlin: Strengthening the reuse of used goods with concerted action

Susanne Fischer, Anne Müller, Dr. Henning Wilts, Markus Meissner, Thomas Schwilling und Ina Schulze

**Susanne Fischer und Anne Müller** sind wissenschaftliche Mitarbeiterinnen im Forschungsbereich „Stoffkreisläufe“ der Abteilung „Kreislaufwirtschaft“ des Wuppertal Instituts.

**Dr. Henning Wilts** ist Leiter der Abteilung „Kreislaufwirtschaft“ des Wuppertal Instituts.

**Markus Meissner** arbeitet im Themenbereich „Ressourcenmanagement“ des Österreichischen Ökologie-Instituts.

**Thomas Schwilling und Ina Schulze** arbeiten bei der Berliner Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz und haben maßgeblich die Re-Use-Initiative initiiert.

### Zusammenfassung

Im Rahmen seiner ‚Zero Waste‘-Abfallpolitik verfolgt das Land Berlin das Ziel, insbesondere durch Abfallvermeidung und Recycling, das Restabfallaufkommen in den nächsten Jahren deutlich zu reduzieren. Das Berliner Abfallwirtschaftskonzept 2020-2030 wird hier wichtige verbindliche Eckpunkte festlegen. Die von der Berliner Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz gestartete Initiative ‚Re-Use Berlin‘ ist eine vielschichtige Kampagne zur kommunalen Abfallvermeidung. Ziel ist die Stärkung der Wiederverwendung, insbesondere von häuslichen Gebrauchsgütern, als entscheidender Baustein auf dem Weg der Hauptstadt zu einer ‚Zero Waste-City‘ durch Transformation der Berliner Abfallwirtschaft zu einer modernen Kreislaufwirtschaft. Dabei setzt die Initiative auf eine konzentrierte Auswahl an Maßnahmen, die die bestehenden Strukturen der Wiederverwendung stärken und zudem neue Strukturen für Angebot, Nachfrage und Bewusstseinsbildung im Bereich Wiederverwendung dauerhaft in Berlin etablieren. Diese Maßnahmen wurden in 2018 unter Einbezug von Re-Use-Einrichtungen, Abfallwirtschaftsakteuren und der Berliner Bevölkerung mit verschiedenen Aktionen pilotweise ausgetestet. Der Beitrag stellt die verschiedenen Pilotaktionen vor und präsentiert die erzielten Ergebnisse. Er zeigt weiterhin auf, wie ‚Re-Use Berlin‘ mittelfristig dauerhaft etabliert werden soll und zeigt somit allgemeine Ansatzpunkte, die auch für andere Städte und Kommunen bei der Umsetzung von Abfallvermeidungsmaßnahmen nutzbar sind.

### Abstract

As part of its ‚zero waste‘ waste policy, the city of Berlin is pursuing the goal of significantly reducing the amount of residual waste in the coming years, particularly through waste prevention and recycling. The planned ‚Berlin Waste Management Concept 2020-2030‘ defines important and binding key points. The ‚Re-Use Berlin‘ initiative launched by the Berlin Senate Department for the Environment, Transport and Climate Protection is a multi-dimensional campaign for municipal waste prevention. The aim is to strengthen the reuse of used domestic goods in particular as a decisive

building block on the capital's way to a ‚zero waste city‘ by transforming Berlin's waste management sector into a modern circular economy. The initiative focuses on a selection of concerted action that strengthen the existing reuse structures and also establish new structures for supply, demand and awareness-raising in the field of reuse on a permanent basis in Berlin. These measures were tested in 2018 with various actions on a pilot basis involving re-use actors, waste management players and the Berlin population. The article presents the various pilot actions and depicts the results achieved. It also shows how ‚Re-Use Berlin‘ should be established permanently in the medium term and thus shows general starting points that can also be used by other cities and municipalities regarding the implementation of waste prevention measures.

## 1. Rahmenbedingungen

### 1.1 Status quo der Wiederverwendung

Die Wiederverwendung (engl. reuse bzw. re-use) von häuslichen Gebrauchsgütern ist eine „klassische“ Form der Abfallvermeidung“ (BMU, 2013). Durch Wiederverwendungsmaßnahmen ist es möglich, die Nutzungsphase von gebrauchten Produkten deutlich zu verlängern und hierdurch die Neuproduktion gleichartiger Produkte zu vermeiden. Nach vorliegenden Untersuchungen bewirkt die Wiederverwendung eine hohe Umweltentlastung (u. a. durch die Einsparung von schädlichen Klimagasen) sowie relevante Ressourceneinsparungen. Zudem trägt Wiederverwendung in deutlich größerem Umfang zu neuen Arbeitsplätzen bei als Recycling, Verwertung und Verbrennung (RREUSE, 2015 zitiert U.S. EPA & Institute for Local Self-Reliance, 2002).

Bezüglich der Etablierung und breiten Anwendung der Wiederverwendung von häuslichen Gebrauchsgütern bestehen auch in Berlin vielfältige Hemmnisse und Vorbehalte, dazu zählen z. B. die Stigmatisierung von Gebrauchtem, fehlende Gütesiegel und Qualitätsstandards, mangelnde Bekanntheit von existierenden

Secondhand-Angeboten etc. (Holdinghausen, 2017, 2018). Vor diesem Hintergrund wird derzeit das in Berlin vorhandene Wiederverwendungspotenzial kaum genutzt. In Privathaushalten lagern trotz bestehender Wiederverwendungsangebote wie eBay noch viele gebrauchte Waren, die für den aktuellen Eigentümer uninteressant geworden sind, aber für andere potenzielle Nutzer noch einen Wert haben. In Berlin sind das laut einer von eBay in Auftrag gegebenen Studie 244 ungenutzte Gegenstände pro Haushalt bei einem wirtschaftlichen, von den Probanden selbst geschätzten, Durchschnittsgegenwert i. H. v. 2.639 Euro (eBay, 2015; TNS Infratest, 2015). Dies entspricht einem Warenwert von über 5 Milliarden Euro allein im Land Berlin.

Die vom Land Berlin regelmäßig erstellte Stoffstrom-, Klimagas- und Umweltbilanz (SKU-Bilanz) für die relevanten Abfallarten zeigt eindrucksvoll das Gesamtaufkommen des relevanten Wiederverwendungspotenzials sowohl bei Haushalten als auch bei Gewerbebetrieben: Hausmüll inkl. Geschäftsmüll mit 827.113 Mg, Sperrmüll mit 58.402 Mg, Altholz mit 107.946 Mg und E-Schrott mit 14.321 Mg (Vogt & Fehrenbach, 2017). Im Rahmen des geplanten Abfallwirtschaftskonzepts 2020–2030 wird davon ausgegangen, dass allein innerhalb der Bereiche häuslicher Sperrmüll, Altholz und Altmittel sowie Elektro- und Elektronikaltgeräte ein Anteil von rund 2,6 kg/Einwohner und pro Jahr an noch gebrauchsfähigen – und somit wiederverwendbaren Gütern – besteht (Müller et al., 2017 zitiert nach SenUVK, 2019). Das Land Berlin hat sich das Ziel gesetzt, diese bisher nicht genutzten Ressourcen in den nächsten Jahren sukzessiv zu erschließen.

## 1.2 Berlin wird ‚Zero-Waste City‘

Eingebettet in die novellierte Europäische Abfallrahmenrichtlinie 2008/98/EG mit der dort erstmals formulierten Priorisierung der fünfstufigen Abfallhierarchie (2008) und den daraus folgenden nationalen Umsetzungen durch Gesetze und Programme wie das Deutsche Kreislaufwirtschaftsgesetz (2012), das Deutsche Ressourceneffizienzprogramm (2012) und das Abfallvermeidungsprogramm des Bundes unter Mitwirkung der Länder (2013) orientiert sich das Land Berlin im Rahmen seines neuen Abfallwirtschaftskonzeptes 2020–2030<sup>1</sup> (AWK) an dem Leitbild ‚Zero Waste‘. Danach „sind Produkte, solange diese noch gebrauchsfähig bzw. reparierbar sind, in erster Linie wiederzuverwenden“ und alle nicht vermeidbaren Abfälle sind vorrangig zu verwerten (SenUVK, 2019). Damit ist Berlin neben Hamburg und München eine der Städte, die den Abfallvermeidungsmaßnahmen des deutschen Abfallvermeidungsprogramms ‚Förderung der Wiederverwendung oder Mehrfachnutzung von Produkten‘ (Nr. 30) und ‚Entwicklung von Qualitätsstandards für die Wiederverwendung‘ (Nr. 32) mit großer Priorität nachkommen<sup>2</sup>, (BMU, 2013). Gemäß der Zielsetzung des Abfallwirtschaftskonzeptes soll die Berliner Abfallwirtschaft zu

einer ‚modernen Kreislaufwirtschaft‘ bis 2030 weiterentwickelt werden.

## 1.3 Die Initiative ‚Re-Use Berlin‘<sup>3</sup>

Das Berliner Abgeordnetenhaus hat am 8.12.2016 beschlossen, dass die Stärkung der Wiederverwendung und die Realisierung der Maßnahme ‚Modellprojekt für den Verkauf von noch funktionsfähigen Elektrogeräten und Möbeln im Rahmen eines Sozialkaufhauses‘ erfolgen soll (SPD, DIE LINKE, & BÜNDNIS90/DIE GRÜNEN, 2016). Vor diesem Hintergrund veröffentlichte die Berliner Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz (SenUVK) folgende Arbeitsaufträge/Planungen:

- ◆ 2017 „Erarbeitung einer Konzeption zur Nutzung von Gebrauchsgütern über den bestehenden Second Hand-Markt hinaus – u. a. durch Separierung von gebrauchsfähigem Sperrmüll und nachfolgendem Verkauf“ (Der Senat von Berlin, 2018a).
- ◆ 2018 wurden „im Rahmen des Projektes ‚Zero Waste Berlin – Abfallvermeidung durch Wiederverwendung‘ [...] konkrete Maßnahmen pilotweise mit dem Ziel erprobt, den Gebrauchsgütermarkt in Berlin für diverse gesellschaftliche Milieus attraktiv zu gestalten“ (Der Senat von Berlin, 2018b).
- ◆ 2019 werden darauf aufbauend „[d]ie Ergebnisse [...] in die Entwicklung weiterer Maßnahmen einfließen, die sich in den folgenden Jahren anschließen können“ (Der Senat von Berlin, 2018a).

Basierend auf diesen Untersuchungen wurde Mitte 2018 die Initiative ‚Re-Use Berlin‘ öffentlichkeitswirksam gestartet. Die folgenden Kapitel geben einen Überblick über die verschiedenen lancierten Maßnahmen und Pilotaktionen.

## 2. Maßnahmen zur Stärkung der Wiederverwendung

### 2.1 Mögliche Wiederverwendungsmaßnahmen

Die ‚Förderung der Wiederverwendung von Gebrauchsgütern‘ ist im Abfallvermeidungsprogramm als eigenständige Maßnahme hinterlegt. Bezüglich operativer Maßnahmen, die dazu dienen, die Wiederverwendung direkt umzusetzen, wird das Programm jedoch nicht konkreter. Nichtsdestotrotz steht Abfallvermeidern und anderen interessierten Akteuren in Kommunen eine breite Palette an Maßnahmen zur Verfügung, um die Wiederverwendung zu stärken. Eine Komplettübersicht über alle Wiederverwendungsmaßnahmen existiert bisher nicht, dennoch gibt es viele einzelne ‚good‘ oder sogar ‚best practice‘ Leuchtturmprojekte. Auf Basis einer umfangreichen Literatur- und Internetrecherche wurden in einer allgemeinen Untersuchung über 30 dieser Vorzeigebispiele bezüglich der Wiederverwendung von häuslichen Gebrauchsgütern in Deutschland, Österreich und Flandern ermittelt (Müller et al., 2017). Zu ihnen gehören: Gebrauchsgüterkaufhäuser, Abfallvermeidungszentren, die sanfte Sperrmüllabfuhr, Wiederverwendungsnetzwerke, Dachorganisationen für Gebrauchsgüter,

<sup>1</sup> Das von der SenUVK erstellte Abfallwirtschaftskonzept 2020–2030 soll noch in diesem Jahr vom Berliner Senat beschlossen und dem Abgeordnetenhaus zur Beschlussfassung vorgelegt werden.

<sup>2</sup> Die empfohlene Maßnahme ‚Unterstützung von Reparaturnetzwerken‘ (Nr. 31) ist Fokus eines weiteren Projekts der SenUVK.

<sup>3</sup> [www.berlin.de/re-use](http://www.berlin.de/re-use)

Tabelle 1  
Durchgeführte Maßnahmen zur Stärkung der Wiederverwendung in Berlin im Jahr 2018

	2018	
	Strategiekonzept zur Stärkung der Wiederverwendung von Gebrauchsgütern in Berlin	
	Stufe 1 Stärkung bestehender Strukturen	Stufe 2. Aufbau neuer Strukturen
Fokus a. Stärkung des Angebots	Vernetzungsaktivitäten (a)	Marktsammeltage (b) Sammelwochen (c) Kiezsammeltage (d) Schonende Lastenradabholung (d)
Fokus b. Stärkung der Nachfrage	Diskussion einer Dachmarke (a)	Pop-up Store (e)
Fokus c. Bewusstseinsbildung		Ideenwettbewerb (f)

Gütesiegel für Gebrauchsgüter sowie Secondhand-Märkte als Onlineangebot.

Auf Basis dieser Recherchen wurden mehrere Maßnahmen als Teil einer zweistufigen Strategie zur Realisierung des Berliner Ziels ‚Stärkung der Wiederverwendung‘ vorgeschlagen. Die zwei Strategiestufen umfassen die Stärkung und Vernetzung der bestehenden Wiederverwendungsstrukturen (Stufe 1) sowie den Aufbau neuer Wiederverwendungsstrukturen (Stufe 2). Insgesamt steht die Strategie für einen flächendeckenden Aufbau einer Struktur zur Förderung des Angebots (Fokus a), der Nachfrage (Fokus b) und der allgemeinen Bewusstseinsbildung (Fokus c) bezüglich wiederverwendbarer häuslicher Gebrauchsgüter, wobei der Übergang zwischen diesen Fokussen fließend ist. Von Interesse sind dabei nicht nur die Waren, die den Produktstatus innehaben und im Sinne der ersten Stufe der Abfallhierarchie wiederverwendet werden, sondern auch Produkte, die den Abfallstatus innehaben und im Sinne der zweiten Stufe der Abfallhierarchie zur Wiederverwendung vorbereitet werden.

2.2 Konkrete Wiederverwendungsmaßnahmen in Berlin

Tabelle 1 stellt eine Übersicht über die Maßnahmen dar, die im Jahr 2018 mit Hilfe von spezifischen Pilotaktionen im Rahmen von ‚Re-Use Berlin‘ realisiert

wurden. Ziel war es, die bestehenden Strukturen zu stärken und zu vernetzen bevor darauf aufbauend neue wiederverwendungsfreundliche Strukturen etabliert werden können.

Folgende Maßnahmen wurden für 2018 vorgeschlagen:

- ◆ **Vernetzungsaktivitäten (a) und Dachmarke (a):** Das Ziel von Vernetzungsaktivitäten ist die Förderung des Austauschs zwischen den aktiven Akteuren des Gebrauchsgütermarkts und die Gründung eines Netzwerks. Sinnvoll für Berlin ist eine Plattform, die die Mitglieder des Netzwerks durch Professionalisierungsangebote unterstützt und eine Dachmarke, welche die öffentliche Wahrnehmung dieser Einrichtungen erhöht und als akzeptanzförderndes Verkaufsargument wirkt. Optimierungspotenziale, die durch ein Berliner Netzwerk realisiert werden können, bestehen außerdem bei der Vereinheitlichung von Mengendokumentationen und Qualitätsstandards z. B. in Bezug auf gleiche Prozesse beim Produkt-Handling oder der Warenpräsentation. Als Vorbild können die Netzwerke in Flandern („Kringwinkel“) und Österreich („ReVital ist genial“) sowie die bundesweite Dachmarke in Deutschland („WiRD“) dienen.
- ◆ **Marktsammeltage (b), Sammelwochen (c), Kiezsammeltage (d) und schonende Lastenradabholung (d):** Neue kieznahe und barrierearme Sammelwege können die Abgabe wiederverwendungsfähiger Waren erleichtern und somit die Menge der Spenden erhöhen. In Berlin wird eine neuartige Sammlung von Gebrauchsgütern z. B. auf einem Wochenmarkt, einem Berliner Recyclinghof der Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) sowie mittels einer schonenden Abholung durch E-Lastenfahräder realisiert. Da die Akzeptanz gegenüber der Nutzung von wiederverwendungsfähigen Gebrauchsgütern maßgeblich auch an die Qualität der Produktspenden gebunden ist, ist durch die klare Formulierung von Mindestanforderungen an die abzugebenden Produkte eine Mindestqualität sichergestellt.
- ◆ **Pop-up Store für Gebrauchsgüter (e):** Um die Nachfrage nach Gebrauchsgütern zu stärken, bedarf es neuer Geschäftsmodelle. Innovative Kaufhäuser, die Gebrauchtes auf neue Weise ansprechend verkaufen und von einschlägigen Bildungsangeboten zu den Themen ‚Wiederverwendung‘ und ‚Abfallvermeidung‘, Mitmach- und Do It Yourself-Workshops sowie nachhaltigen kulinarischen Angeboten ergänzt werden, sind eine Möglichkeit, den Verkauf von Gebrauchsgütern in Berlin attraktiver zu gestalten und gebrauchten Produkten das ‚Stigma‘ zu nehmen. Im Rahmen eines Pop-up Stores, eines kreatives Gebrauchsgüterkaufhauses auf Zeit, wurde das Konzept eines zukunftsfähigen Kaufhauses für Gebrauchsgüter getestet.
- ◆ **Ideenwettbewerb (f):** Mittels eines Wettbewerbs können neue innovative Ideen zur Stärkung der Wiederverwendung von Gebrauchsgütern gesammelt werden. Durch die öffentliche Ausschreibung und Prämierung wurden diverse

Abbildung 1  
Exemplarische Print-Werbemittel von ‚Re-Use Berlin‘ für Marktsammeltage und schonende Lastenradabholung  
Quelle: Peperoni im Auftrag der SenUVK



Zielgruppen angeregt, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen.

### 3. Ergebnisse der einzelnen Pilotaktionen ‚Re-Use Berlin‘ 2018

Die oben beschriebenen Maßnahmen wurden mit Hilfe von konkreten Pilotaktionen im Jahr 2018 in Berlin umgesetzt. Die gesamte Initiative ‚Re-Use Berlin‘ wie auch die einzelnen Aktionen wurden durch ein speziell entwickeltes, ganzheitliches Marketing- und Kommunikationskonzept begleitet, das von einer Werbe- und PR-Agentur (Peperoni) erstellt wurde, siehe auch Abbildung 1.

Das Konzept umfasst die Entwicklung (i) eines *Corporate Design* in Verbindung mit einer Wort-Marke, (ii) einer *Landing Page*<sup>4</sup>, sowie einen *Social Media*-Auftritt bei Facebook, (iii) die Erstellung diverser Print-Werbemittel (z. B. Postkarten, Flyer, Poster etc.) sowie (iv) Event-Werbematerial (z. B. Planen, Aufsteller, *Beachflags* etc.), (v) die Schaltung von Anzeigen *online*, *offline* und *out of home*, (vi) die Durchführung von Direktmarketing sowie (vii) vor Ort Promotion. Zur Messung der Resonanz der Pilotaktionen am Recyclinghof und im Pop-up Store wurde von der Agentur zudem eine (viii) Marktforschung über ein Marktforschungsinstitut (LQM Marktforschung) mit teilstandardisierten Befragungen mit über 400 befragten Personen in Auftrag gegeben und durchgeführt. Die Pilotaktivitäten wurden vom Wuppertal Institut wissenschaftlich begleitet, dokumentiert und abschließend evaluiert (Fischer et al., 2018).

#### 3.1 Vernetzungsaktivitäten und Bildung einer Dachmarke (a)

Nach einer umfangreichen Internet-Recherche und online-basierten Umfrage zum Mitwirkungsinteresse bei den geplanten Aktionen wurden die zentralen Akteure der Berliner Abfallvermeidungsszene identifiziert. Von mehr als 325 ermittelten Einrichtungen signalisierten 96 Akteure ihr Interesse bezüglich der Bildung einer Dachmarke. Mit insgesamt 53 Akteuren nahm die Mehrzahl von ihnen an den vorgesehenen Vernetzungstreffen zur Stärkung der Kooperation zwischen Re-Use-Einrichtungen teil. Insgesamt wurden drei aufeinander aufbauende Vernetzungstreffen organisiert, bei denen als möglicher Kooperationsansatz insbesondere die zukünftige Gründung einer Dachmarke und die dazu gehörenden Qualitätsstandards diskutiert wurden. In den Treffen wurden u. a. die Chancen, Risiken, Erfolgsfaktoren sowie Aufgaben, die sich im Rahmen der Mitwirkung unter einer Dachmarke ergeben können, erarbeitet. Die Mitwirkung war für die Akteure aus Gründen der Professionalisierung, Qualifizierung und systematisch koordinierten Bündelung von Wiederverwendungseinrichtungen interessant.

#### 3.2 Marktsammeltage (b)

Um die Sammelmenge sowie Qualität von wiederverwendungsgerechten Gebrauchsgütern zu stärken, wurden vier Marktsammeltage (MST) in Verbindung

mit kiezzentralen Wochenmärkten in den Stadtteilen Prenzlauer Berg (20.9., 27.9., 4.10.) und Schöneberg (11.10.) durchgeführt. An den vier Tagen konnten Berliner Bürgerinnen und Bürger, nachfolgend Kundinnen und Kunden genannt, ihre Gebrauchsgüter an einem dafür vorgesehenen Marktstand abgeben, sofern die Produkte noch sauber, intakt und vollständig waren und von einer Person getragen werden konnten. Die gesammelten Waren wurden anschließend zu einem Teil an Sozialkaufhäuser gespendet und zu einem anderen Teil im Rahmen der Aktion ‚Pop-up Store‘ verkauft, mit deren Erlösen die Sonderpreisgewinner der Aktion ‚Ideenwettbewerb‘ prämiert wurden.

Die abgegebenen Produkte wurden mithilfe eines Erfassungsbogens detailliert dokumentiert. Dabei waren folgende acht Produktkategorien vorgesehen: 1. ‚Hausrat‘, 2. ‚Kleinstmöbel‘, 3. ‚Heimtextilien‘, 4. ‚Kleidung & Schuhe‘, 5. ‚Taschen‘, 6. ‚Medien‘, 7. ‚Spiel, Sport & Kind‘ und 8. ‚Elektro- & Elektronikgeräte‘<sup>5</sup> (EEAG). Die Auswertung der Erfassungsbögen zeigt, dass die Realisierung der Pilotaktion ein großer Erfolg war: An den vier Tagen (28 Sammelstunden) haben sich 372 Kundinnen und Kunden beteiligt und insgesamt 7.401 Gebrauchsgüter mit einem Gewicht von 1.973 kg und einem Volumen von 15.302 l gespendet. Durchschnittlich wurden die Sammelstage von 13 Kundinnen und Kunden pro Stunde besucht, die im Durchschnitt jeweils 20 Artikel abgaben, sodass insgesamt ca. 260 gebrauchte Artikel pro Stunde gesammelt wurden.

Mit 3.420 abgegebenen Kleidungsstücken inkl. Schuhpaaren erreichte diese Kategorie einen Anteil von 46% der gesammelten Gebrauchsgüter und stellt damit die umfangreichste Produktkategorie der Sammlung dar. Gemeinsam mit den Kategorien ‚Medien‘ und ‚Hausrat‘ bildet sie 87% der Sammelmenge ab. Die restliche Artikelzahl aus den Kategorien ‚Kind‘, ‚Sport & Spiel‘, ‚Heimtextilien‘, ‚Elektro- & Elektronikgeräte‘, ‚Taschen‘ und ‚Kleinstmöbel‘ umfasst nach vier Sammeltagen insgesamt knapp 1.000 Gebrauchsgüter und ist daher nicht zu vernachlässigen. Die Qualität der Produkte war schwankend, sie wurde im Mittel jedoch als gut eingeschätzt. Nur ein sehr geringer Teil musste (nach der Zwischenlagerung für den Verkauf im Pop-up Store und der Weitergabe der unverkauften Ware an Sozialkaufhäuser) einer ordnungsgemäßen Entsorgung zugeführt werden. Die folgende Abbildung 2 stellt die Entwicklung der Sammelmenge über alle vier MST entsprechend der verschiedenen Produktkategorien dar.

Die Möglichkeit, fußläufig Gebrauchsgüter im Kiez abzugeben, wurde von den Kundinnen und Kunden als äußerst positiv bewertet. Ebenso bestand der Wunsch, eine solche Abgabemöglichkeit auf Dauer zu schaffen (LQM Marktforschung, 2018).

#### 3.3 Sammelwochen auf einem Recyclinghof (c)

Nach Abschluss der Marktsammeltage wurden von den BSR im Rahmen von fünf Sammelwochen (SW) Gebrauchsgüter auf einem Recyclinghof in Berlin-Reinickendorf gesammelt, um auch diesen Stoffstrom hin-

5 Die EEAG bilden einen Sonderfall. Sie müssen im Falle eines geplanten Verkaufs den gesetzlichen Vorgaben entsprechend technisch geprüft werden.

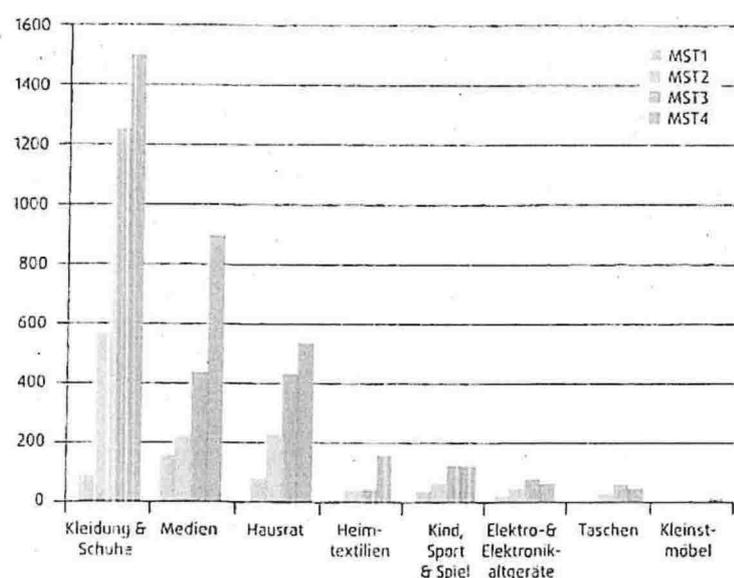


Abbildung 2  
Sammelmenge bei Marktsammeltagen nach Produktkategorien (in Stück)  
Quelle: Erhebung im Auftrag der SenUVK (Fischer et al., 2018)

	MST1	MST2	MST3	MST4	Gesamt
Anzahl Stunden	7	7	7	7	28
Anzahl Kundinnen und Kunden	30	71	111	160	372
Anzahl Artikel in Stück					
1. Hausrat	85	231	434	534	1.284
2. Kleinstmöbel	1	2	0	16	19
3. Heimtextilien	11	41	46	157	255
4. Kleidung & Schuhe	91	573	1.248	1.508	3.420
5. Taschen	3	32	60	49	144
6. Medien	153	223	437	897	1.710
7. Kind, Sport & Spiel	36	70	125	124	355
8. Elektro- und Elektronik-Altgeräte	19	49	82	64	214
<b>Gesamt</b>	<b>399</b>	<b>1.221</b>	<b>2.432</b>	<b>3.349</b>	<b>7.401</b>
Gewicht Artikel in kg					
1. Hausrat	20,6	97,7	109,9	236,0	464,2
2. Kleinstmöbel	-	-	-	-	-
3. Heimtextilien	6,7	21,8	11,6	11,6	51,7
4. Kleidung & Schuhe	21,5	152,2	210,3	290,6	674,6
5. Taschen	2,9	15,1	21,6	16,8	56,4
6. Medien	27,1	66,3	53,2	180,9	327,5
7. Kind, Sport & Spiel	7,9	47,4	34,1	66,8	156,2
8. Elektro- und Elektronik-Altgeräte	23,5	55,8	59,4	104,0	242,7
<b>Gesamt</b>	<b>110,2</b>	<b>455,3</b>	<b>500,1</b>	<b>906,7</b>	<b>1.973,3</b>
(i) Kundinnen und Kunden pro Stunde	4	10	16	23	13
(ii) Artikel pro Stunde	57	174	347	478	264
(iii) Artikel pro Kunde	13	17	22	21	20
(iv) Gewicht pro Kunde	3,6	6,4	4,5	5,6	5,3

Tabelle 2  
Detaillierte Angaben zu Sammelmenge bei Marktsammeltagen  
Quelle: Erhebung im Auftrag der SenUVK (Fischer et al., 2018)

sichtlich der Wiederverwendung zu untersuchen. Auf dem ausgewählten Recyclinghof werden nach Angaben der BSR durchschnittlich ca. 5 % der Abfälle aller Berliner Recyclinghöfe abgegeben. Die Recyclinghofsammlung fand vom 15.10. bis 16.11. während der offiziellen Öffnungszeiten statt (293 Stunden). Die Kundinnen und Kunden konnten ihre Waren in einem gekennzeichneten Bereich auf dem Recyclinghof abgeben. Die gesammelten Waren wurden anschließend ausgewählten Sozialkaufhäusern zur Verfügung gestellt. Abgegebene Elektro- & Elektronikaltgeräte wurden vor der Weitergabe von der BRAL Reststoff-Bearbeitungs GmbH (BRAL) technisch geprüft. Die Entgegennahme und Dokumentation wurde von den BSR unter Verwendung desselben Erfassungsbogens wie bei den Sammeltagen organisiert. Über alle fünf Sammelwochen nahmen insgesamt 1.121 Kundinnen und Kunden an der Aktion teil und 35.696 gesammelte Artikel wurden an die sozialen Betriebe abgegeben. Dabei hat sich die Zahl der weitergegebenen Gebrauchsgüter von der ersten auf die letzte Sammelwoche von 5.140 auf 10.785 Artikel nahezu verdoppelt. Durchschnittlich wurden 122 wiederverwendbare Artikel pro Stunde abgegeben, wobei jeder Kunde im Durchschnitt 32 Artikel abgegeben hat, die wiederverwendet wurden. Das entspricht vier Kundinnen und Kunden pro Stunde. Mit großem Abstand wurden am häufigsten Waren aus den Kategorien ‚Medien‘ und ‚Hausrat‘ gesammelt. Zusammen umfassen sie fast drei Viertel der gesamten Sammelmenge gemessen an der Stückzahl. Die zweitstärksten Kategorien umfassen ‚Kind, Sport, Spiel‘ sowie ‚Heimtextilien‘ mit jeweils 8–9 % an der Sammelmenge. Vergleichsweise wenig wurde in den Kategorien ‚Taschen‘ (3 %), ‚Kleidung & Schuhe‘ (2 %), ‚Kleinstmöbel & Möbel‘ (2 %) sowie ‚Elektro- & Elektronikaltgeräte‘ (1 %) abgegeben. Zusätzlich wurde die Kategorie ‚Sonstiges‘ eingeführt, die Papierwaren, Baubedarf und weitere Produkte umfasst, ihr Anteil beträgt 4 %. Die folgende Abbildung 3 zeigt die Sammelmenge je Produktkategorie und je SW.

Die Aktion auf dem Recyclinghof wurde sehr gut angenommen. Die große Mehrheit (60–72 %) der Besucherinnen und Besucher bewertete die Möglichkeit zur Abgabe von Gebrauchsgütern als ‚sehr gut‘, ein knappes Drittel als ‚eher gut‘ (LQM Marktforschung, 2018).

### 3.4 Kiez-sammeltage und schonende Lastenradabholung (d)

Als letzte der drei Pilotsammelmaßnahmen wurden gebrauchte Produkte an drei aufeinanderfolgenden Tagen im November (8.11., 9.11., 10.11.) am Pop-up Store im Berliner Stadtteil Neukölln im Rahmen von drei Kiez-sammeltagen (KST) gesammelt. Diese wurden von den Kundinnen und Kunden nicht nur über den Weg (i) der Direktanlieferung sondern auch über den Service (ii) der schonenden Elektro-Lastenrad-Abholung ein-

6 Im Unterschied zu den anderen Sammelaktionen wurde die Sammlung von Kleidung und Schuhen bei den Sammelwochen nicht aktiv beworben.  
7 Im Unterschied zu den Markt- und Kiez-sammeltagen handelt es sich bei der Angabe der Zahlen zu Elektro- & Elektronikaltgeräten nur um die technisch geprüften und zur Wiederverwendung bestimmten Geräte.  
8 Die unterschiedlichen Zahlen sind auf zwei verschiedene Befragungszeitpunkte zurückzuführen.

gesammelt. Diese zusätzliche Option sollte insbesondere den Bedarf für den Abtransport von Kleinmöbeln, aber auch die Unterstützung bewegungseingeschränkter Bürgerinnen und Bürger, für die eine Direktanlieferung problematisch ist, ermitteln. (ii) wurde an allen drei Sammeltagen angeboten und (i) nur am letzten Tag. Wie auch bei den Marktsammeltagen waren die gesammelten Waren für den Verkauf im Pop-up Store sowie zur Spende an Sozialkaufhäuser vorgesehen.

Ebenso wie die anderen Sammelaktionen wurde die Aktion Kiezsammlertage von der Berliner Stadtbevölkerung als sehr positiv wahrgenommen. In Summe wurden an den Kiezsammlertagen 2.366 Gebrauchtwaren von insgesamt 118 Kundinnen und Kunden gesammelt. Dabei wurden 78 Kundinnen und Kunden bei der Direktabgabe und 40 durch die Lastenradabholung gezählt. Durchschnittlich wurden ca. 160 Artikel pro Stunde von 8 Kundinnen und Kunden in der Stunde abgegeben. Im Schnitt hat jeder Kunde 20 Artikel gespendet. Es wurden vor allem Waren aus der Kategorie ‚Kleidung & Schuhe‘ gesammelt. Wie auch bei den Marktsammeltagen stellt diese Produktkategorie den mengenmäßig größten Teil dar, wenngleich er mit 36 % kleiner ist als bei den Marktsammeltagen mit 46 %. Ähnlich ist der Anteil von ‚Hausrat‘ und ‚Medien‘, die jeweils ca. ein Fünftel der Sammelmenge darstellen. Die drei Gruppen bilden die drei stärksten Kategorien und damit zusammen genommen 75 % der gesammelten Produkte ab. Deutlich größer als bei den Marktsammeltagen ist der Anteil der Kategorie ‚Kind, Sport & Spiel‘, die bei den Kiezsammlertagen einen Anteil von 13 % hat, im Vergleich zu 5 % bei den Marktsammeltagen. Die verbliebenen Kategorien ‚Heimtextilien‘, ‚Taschen‘, ‚Kleinstmöbel‘ und ‚Elektro- & Elektronikaltgeräte‘ liegen mit 11 % auf den hinteren Plätzen, wie auch bei den Marktsammeltagen mit 8 %. Ein Unterschied ist hinsichtlich der Anzahl der Kleinstmöbel zu beobachten. Durch die angebotene Abholung haben mehr Möbel (55 Stück) ihren Weg zur Sammelstelle gefunden als bei den Marktsammeltagen (insgesamt 19 Stück). Sie haben aber dennoch nur einen kleinen Anteil (2 %) an der gesamten Sammelmenge. Die Qualität der gesammelten Gebrauchtwaren lag leicht unter der Qualität der Waren von den Marktsammeltagen. Die Abbildung 4 zeigt die Entwicklung und Zusammensetzung der Sammelmenge bei den KST je Produktkategorie und Sammlertag.

### 3.5 Pop-up Store (e)

Neben der Erprobung verschiedener Wege zur wiederverwendungsfreundlichen Sammlung von Gebrauchtwaren wurden auch neue Optionen zum Verkauf der gesammelten Produkte getestet. Ziel ist es, neue Verkaufswege für gebrauchte Produkte jenseits von Sozialkaufhäusern auszuprobieren und dadurch breiteren Teilen der Bevölkerung zugänglich zu machen. Vor diesem Hintergrund wurde ein Laden für Gebrauchtes auf Zeit, ein Pop-up Store, konzeptualisiert und eröffnet. Nach gemeinsamer Vorbereitung wurden die Eröffnung und der Betrieb von CRCLR auf eigenem Gelände im Berliner Stadtteil Neukölln organisiert. Die verkauften Waren stammen aus den Sammeltagen am Markt und im Kiez.

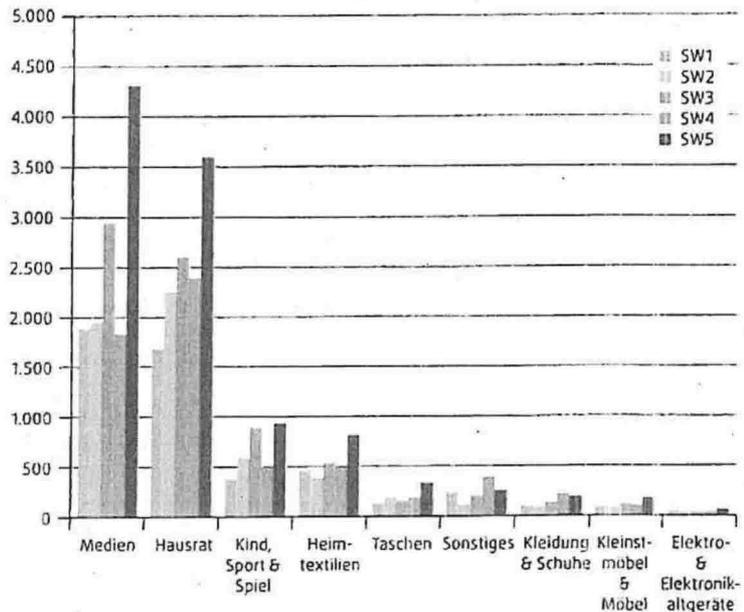


Abbildung 3  
Sammelmenge bei Sammelwochen nach Produktkategorien (in Stück)

Damit sich die neuen Zielgruppen angesprochen fühlen, sollte der Pop-up Store neue Wege der Aufmachung, Preispolitik und Außenkommunikation gehen. Dies wurde realisiert durch ein besonders einladendes und angenehmes Design der Ladengestaltung, die in den modernen Kontext des umliegenden CRCLR-Hauses eingebettet wurde. Durch eine niedrighwellige Preispolitik, mittels eines *pay what you want*-Prinzips innerhalb von drei Preiskategorien, wurde der Kaufvorgang günstig, aber auch erlebnisreich gestaltet, da die Preise verhandelbar waren. Neben dem Verkauf von Gebrauchtwaren im eigentlichen Pop-up Store, auf einer Fläche von 50 m<sup>2</sup>, wurde das Erlebnisangebot um zahlreiche Aktionen in der Halle auf einer Fläche von insgesamt 450 m<sup>2</sup> ergänzt. Dabei handelte es sich um Verkaufsstände von nachhaltig produzierten Produkten, Informationsangebote von Re-Use-Initiativen, Mitmach-Workshops sowie ein breit gefächertes Vortrags- und Panelprogramm.

An insgesamt neun Verkaufstagen haben 2.839 Menschen den Pop-up Store besucht. Auch wenn sich die

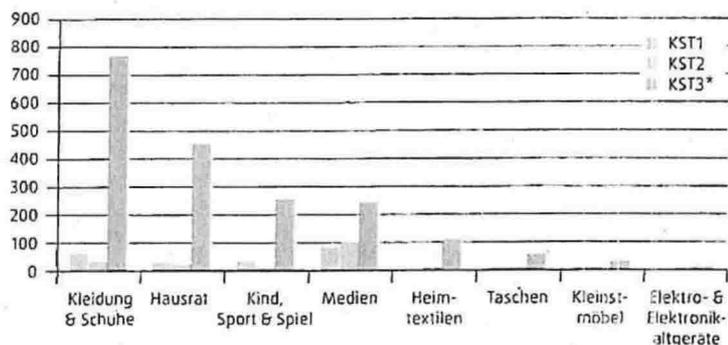
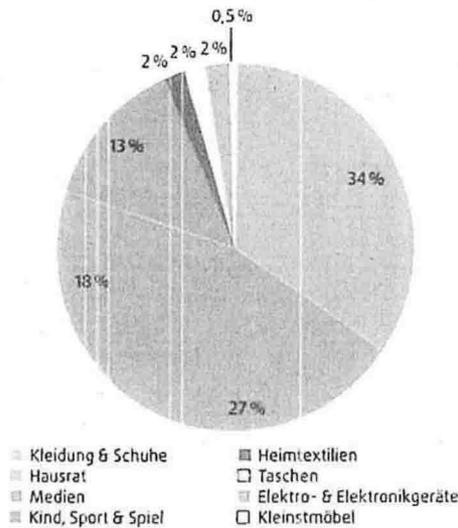


Abbildung 4  
Sammelmenge bei Kiezsammlertagen und Lastenradabholung nach Produktkategorien (in Stück)  
\* KST3 enthält zusätzlich zur schonenden Lastenradabholung (wie bei KST1 und KST2) auch die Möglichkeit der (i) Direktabgabe.

Abbildung 5  
Anteil der Produktkategorien an der gesamten Verkaufsmenge bei Pop-up Store



Zahlen zwischen den Wochenenden relativ stark unterscheiden, ist die Tendenz erkennbar, dass Samstage und Sonntage mit 87% der Besucher die stärksten Verkaufstage waren. Hinsichtlich der Warengruppen wurden an allen drei Wochenenden mit großer Mehrheit ‚Kleidung & Schuhe‘ sowie ‚Hausrat‘ verkauft. Gemeinsam bilden sie fast zwei Drittel (63%) der verkauften Gebrauchtwaren ab. Die Warengruppen ‚Medien‘ und ‚Kind, Spiel & Sport‘ bilden zusammen etwas weniger als ein Drittel des Verkaufs (31%). Die Gruppen ‚Elektro- & Elektronikgeräte‘, ‚Taschen‘, ‚Heimtextilien‘ und ‚Kleinstmöbel‘ fallen dagegen mengenmäßig kaum auf (6%). Es wurden insgesamt 72% der Gebrauchtwaren von Markt- und Kiezsammlertagen, die nach der Sammlung im Rahmen einer Vorauswahl explizit für den Verkauf ausgewählt und präsentiert wurden, letztlich auch im Pop-up Store verkauft. Die verbliebenen, nicht verkauften 28% bestehen vor allem aus Produkten aus den Kategorien ‚Kleidung & Schuhe‘, ‚Hausrat‘ und ‚Medien‘, folglich den gleichzeitig auch verkaufstärksten Kategorien. Abbildung 5 zeigt, welchen Anteil die acht Produktgruppen an der insgesamt im Pop-up Store verkauften Menge haben.

Der Hauptgrund für den Besuch im Pop-up Store war allgemeine Neugier und Interesse. Ökonomische Motive, wie die Suche nach günstigen Angeboten, aber auch ausdrücklich idealistische, wurden demgegenüber seltener genannt. Obwohl nur wenige Besucherinnen und Besucher durch ihren Kauf von Gebrauchtwaren Geld sparen wollten oder idealistische Motive für sich selbst als ausschlaggebend angaben, war dennoch die Mehrheit der Befragten der Meinung, dass dies wichtige Gründe für den Kauf von Waren in einem hypothetischen Gebrauchtwarenkaufhaus sind (LQM Marktforschung, 2018).

### 3.6 Ideenwettbewerb (f)

Ergänzend zu den Sammel- und Verkaufaktionen wurde ein Wettbewerb konzipiert und vom 11.10. bis 25.10. durchgeführt, um innovative Ideen der Berliner Bevölkerung bezüglich der Stärkung der Wiederverwendung zu identifizieren. Der Ideenwettbewerb ist vor allem als bewusstseinsbildende Maßnahme zu

verstehen, die gleichzeitig auch neue Ansätze für Abfallvermeidungsmaßnahmen generieren kann.

Grundsatz des Ideenwettbewerbs war es, möglichst viele verschiedene Ideen zu sammeln, weshalb die Teilnahme einfach gestaltet war. Ideen konnten in Form eines ausgefüllten Formulars sowie optional mit beigelegten Skizzen und Bildern eingereicht werden.

Der Ideenwettbewerb zeigte mit 82 Teilnehmenden und eingereichten Ideen eine hohe Resonanz. 59% der Ideen wurden von Privatpersonen eingereicht, 24% der Teilnehmenden agierten im Team und 16% der Ideen stammten von einer Organisation. Auch wenn durch den Ideenwettbewerb explizit die Wiederverwendung von Gebrauchtwaren adressiert werden sollte, wurden auch Ideen, die einen anderen Ansatz wie z. B. zu Upcycling (37%) und allgemeine Abfallvermeidung (16%) verfolgen, eingereicht. Von den eingereichten Ideen konzentrierten sich also 46% auf das Thema Wiederverwendung, dabei widmeten sie sich sowohl diversen (mehreren) Produktkategorien oder adressierten ganz spezifische Kategorien wie Verpackungen (6 Ideen), Fahrräder (3), Elektro- und Elektronikaltgeräte (3) sowie Bauteile und Baustoffe (3). Die Mehrheit der Ideen zielte jedoch auf diverse Produkte ab.

Die Auswahl der drei besten Gewinnerideen erfolgte anhand eines Kriterienkatalogs, mit dessen Hilfe die eingereichten Ideen von einer 9-köpfigen Jury bewertet wurden. Die Kriterien lauteten: Wiederverwendungspotenzial und Umweltschutz (max. 10 Punkte), Umsetzbarkeit (max. 10 Punkte), Soziale Aspekte (max. 4 Punkte) sowie Kreativität (max. 4 Punkte). Die drei Gewinnerideen waren:

- ◆ Platz 1. „Reparieren als Mittel der Veränderung in einer reparaturbedürftigen Welt“ (182 Punkte): Reparaturatelier für Kleidungsstücke.
- ◆ Platz 2. „CRCLR Haus“ (172 Punkte): Umsetzung eines Kreislaufwirtschaftshauses, das nach zirkulären Prinzipien erbaut werden soll.
- ◆ Platz 3. „Re-Use-Mobil“ (170 Punkte): Mobiler Anhänger, in dem Gebrauchtwaren gesammelt und repariert werden können.

Die Gewinnerideen wurden ausgezeichnet mit Preisgeldern i. H. v. 2.500 Euro (1. Platz), 1.500 Euro (2. Platz) und 1.000 Euro (3. Platz). Zusätzlich wurden mit den Einnahmen des Pop-Up Stores zehn Sonderpreise mit einem Preisgeld von jeweils 500 oder 275 Euro vergeben.

## 4. Schlussfolgerungen und Ausblick

### 4.1 Fazit

Die Durchführung der Pilotaktionen zur Stärkung der Wiederverwendung von häuslichen Gebrauchtwaren erfuhr eine „außerordentlich positive Resonanz“ bei der Stadtgesellschaft (Der Senat von Berlin, 2019). Das Interesse der existierenden Wiederverwendungseinrichtungen in Berlin, sich unter einer Dachmarke zu vernetzen (a); ist groß. Die interessierten Akteurinnen und Akteure waren nicht nur zahlreich vertreten, sondern auch divers. Neben klassischen Wiederverwendungseinrichtungen, wie Sozialkaufhäusern und Secondhand-Läden, haben auch viele ehrenamtliche Ini-

tativen u. a. aus den Bereichen *Upcycling*, *Repair Café* und *Zero Waste* ihr Interesse an der Mitwirkung der Pilotaktivitäten signalisiert. Die verschiedenen Sammelaktionen in den Berliner Bezirken (b, c, d) sind äußerst positiv von der jeweils teilnehmenden Berliner Stadtbevölkerung bewertet und angenommen worden, was die Menge und Qualität der gesammelten Waren widerspiegelt. Besonders hervorzuheben sind die Sammelaktionen auf den Wochenmärkten. Sie zeigen eindrücklich, dass ein Bedarf nach kieznahen, barrierearmen und einfach funktionierenden Abgabestellen für Gebrauchtwaren besteht. Hinzu kommt, dass erste Erkenntnisse bezüglich der tatsächlichen Verfügbarkeit und Qualität von Gebrauchtwaren aus Berliner Haushalten generiert werden konnten, was eine bessere Planbarkeit der Kreislaufführung erlaubt. Der Pop-up Store (e) hat als Vorläufer für die vom Berliner Senat geplanten ‚Kaufhäuser der Zukunft‘, die diverse gesellschaftliche Gruppen ansprechen sollen, neue wichtige Erkenntnisse bezüglich innovativer Warenpräsentation, Kommunikation, Kundenansprache, Eventzusammenstellung im Bereich Re-Use sammeln können. Der Ideenwettbewerb (f) hat eine vergleichsweise große Menge an Teilnahmebeiträgen mobilisieren können. Die Vergabe von zehn Sonderpreisen neben der ursprünglich geplanten Prämierung von drei Gewinnerideen zeigt, dass viele Ideen auch den innovativen und kreativen Erwartungen der Jury gerecht werden konnten. Die Stadtbevölkerung konnte dadurch aktiv involviert werden, was die Identifikation mit dem Berliner Transformationsprozess fördert.

#### 4.2 ‚Re-Use Berlin‘ 2019

Die Ergebnisse der Pilotaktionen aus 2018 flossen in die Weiterentwicklung von ‚Re-Use Berlin‘ ein. Konkret sollen die erprobten Maßnahmen 2019 weiter ausgebaut und in den darauffolgenden Jahren dauerhaft in Berlin etabliert werden (siehe Tabelle 4). Mit Blick auf das Ziel ‚Zero Waste-City‘ verfolgt das Land Berlin das Ziel, „die bestehenden Strukturen besser zu vernetzen sowie neue Strukturen zur Realisierung von Kaufhäusern der Zukunft aufzubauen“ (Der Senat von Berlin, 2018a).

Zur weiteren Stärkung des Angebots werden die kieznahen Sammeltage (h) wiederholt. Um eine größtmögliche Multiplikation zu erreichen, werden sie von bereits etablierten Re-Use-Einrichtungen, die bislang andere Wege der Gebrauchtwarensammlung verfolgen, mit Hilfe eines vorab entwickelten Leitfadens selbst organisiert. Die dabei gesammelten Produkte werden in Form von neu eingeführten und professionell beworbenen Verkaufstagen (j) durch die selben Einrichtungen veräußert. Aufeinander abgestimmte Sammel- und Verkaufstage bilden so einen ersten Modellversuch unter einer zukünftigen Dachmarke für Gebrauchtwaren in Berlin.

Zur Stärkung von Nachfrage nach Gebrauchtwaren ist nach neuen Arbeitstreffen die weitere Vernetzung der bestehenden Re-Use-Akteure in Form eines zu gründenden Vereins und einer Dachmarke (i) bis Ende des Jahres beabsichtigt. Darüber hinaus wird das Konzept für ein Warenhaus der Zukunft (k), basierend auf den Erfahrungen des Pop-up Stores, finalisiert und soll anschließend mit relevanten Entschei-

2019		
Strategiekonzept zur Stärkung der Wiederverwendung von Gebrauchtwaren in Berlin		
	Stufe 1. Stärkung bestehender Strukturen	Stufe 2. Aufbau neuer Strukturen
Fokus a. Stärkung des Angebots	Online-Darstellung (e) Fachdialoge (f)	Marktsammeltag (h)
Fokus b. Stärkung der Nachfrage		Gründung einer Dachmarke (i) Verkaufstage (j) ‚Kaufhaus der Zukunft‘ (k) Re-Use-Messe (l)
Fokus c. Bewusstseinsbildung	Begleitprogramm (g)	Ideenwettbewerb (m)

Tabelle 3  
Geplante Maßnahmen zur Stärkung der Wiederverwendung in Berlin im Jahr 2019

dungsträgern hinsichtlich der Umsetzung in Form eines Kaufhauses besprochen werden. In einem solchen Kaufhaus sollen nicht nur gebrauchte Produkte aus privaten Haushalten gesammelt und verkauft werden, sondern das Angebot wird zudem ergänzt um offene Werkstätten, Schulungen und kreative Workshops.

Zudem erfolgt die Planung einer berlinweiten Re-Use-Messe (l), um die bestehenden Re-Use-Angebote zu bündeln und einer breiten Zielgruppe konzentriert zugänglich zu machen. Des Weiteren wird der Ideenwett-

SCHULUNGSANGEBOTE

## Probenahme von Feststoffen

**Erlangung der Sachkunde**  
nach LAGA PN 98 / DIN 19698-1  
Dienstags, jeweils ganztägig:  
Tübingen: 15.10.2019  
18.02.2020 | 19.05.2020  
07.07.2020 | 13.10.2020  
Chemnitz: 22.10.2019  
25.02.2020 | 20.10.2020

**Erhaltung der Fachkunde**  
nach DepV. 58  
Mittwochs, jeweils ganztägig:  
Tübingen: 16.10.2019  
19.02.2020 | 20.05.2020  
08.07.2020 | 14.10.2020  
Chemnitz: 23.10.2019  
26.02.2020 | 21.10.2020

Alle Schulungen sind auch inhouse buchbar!



Unsere Termine  
für 2019  
+ 2020!

Gefahr



Berghof Analytik +  
Umweltengineering GmbH  
Tübingen | Chemnitz  
[www.berghof-analytik.com](http://www.berghof-analytik.com)



bewerb aus dem Vorjahr (m) wiederholt, um die positive Auswirkung auf die Bewusstseinsbildung weiter zu unterstützen. Zur Stärkung bestehender Angebote werden die online-Darstellung von Re-Use-Akteuren (e), ihr Austausch mittels Fachdialogen (f) sowie die Bekanntmachung und Durchführung von Re-Use-Events (g) gefördert.

Mit der von der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz entwickelten Initiative ‚Re-Use Berlin‘ konnten 2018 wichtige Ansatzpunkte und Potenziale im Bereich der Umsetzung kommunaler Abfallvermeidungsstrategien ermittelt werden. Um jedoch mittel- und langfristig die Wiederverwendung im Sinne einer zukunftsorientierten Kreislaufwirtschaft zu stärken und entlang der Abfallhierarchiestufen zu priorisieren, gilt es nun, die Maßnahmen sukzessiv gemeinsam mit der Stadtgesellschaft auszubauen und dauerhaft in Berlin zu etablieren. Durch das noch in diesem Jahr vom Senat zu beschließende Berliner Abfallwirtschaftskonzept 2020–2030 sollen diesbezüglich wichtige Festlegungen zur Etablierung der Re-Use-Maßnahmen vorgenommen werden.

Literaturverzeichnis

**BMU (2013):** Abfallvermeidungsprogramm des Bundes unter Beteiligung der Länder (S. 28). Abgerufen von Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit website: [http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Download\\_PDF/Wasser\\_Abfall\\_Boden/Abfallwirtschaft/abfallverme](http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Wasser_Abfall_Boden/Abfallwirtschaft/abfallverme)

**Der Senat von Berlin (2018a):** Mitteilung – zur Kenntnisnahme – über Abfallpolitik auf dem Weg zur Kreislaufwirtschaft – Berlin wird Zero Waste City. Drucksache 18/1413. Abgerufen von <https://www.parlament-berlin.de/adoss/18/IIIPlen/vorgang/d18-1413.pdf>

**Der Senat von Berlin (2018b):** Mitteilung – zur Kenntnisnahme – über Gesamtstrategie Saubere Stadt. Drucksache 18/1077. Abgerufen von <https://www.parlament-berlin.de/adoss/18/IIIPlen/vorgang/d18-1077.pdf>

**Der Senat von Berlin (2019):** Mitteilung – zur Kenntnisnahme – über Gesamtstrategie Saubere Stadt – Drucksachen Nr. 18/0700. Abgerufen von <https://www.parlament-berlin.de/adoss/18/Haupt/vorgang/h18-1262.C.v.pdf>

**eBay (2015):** 2.345 Euro schlummern pro Haushalt im Osten Deutschlands: TNS Infratest und eBay haben nachgefragt. Abgerufen von [https://static.ebayinc.com/static/assets/Uploads/PressRoom/Local/Imported/RegionaleFakten\\_eBay\\_TNS\\_Studie\\_UngenutzteGegenstaende\\_Ost\\_0.pdf](https://static.ebayinc.com/static/assets/Uploads/PressRoom/Local/Imported/RegionaleFakten_eBay_TNS_Studie_UngenutzteGegenstaende_Ost_0.pdf)

**Fischer, S., Müller, A., Wilts, H., von Gries, N., Feder, L., & Meissner, M. (2018):** Re-Use Berlin 2018 Wiederverwenden statt Wegwerfen Umsetzung des Re-Use-Konzepts. Abschlussbericht. Ein Gutachten im Auftrag der Berliner Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz. Berlin: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie.

**Holdinghausen, H. (2017, März 22):** Secondhand soll sexy werden. taz, S. 9.

**Holdinghausen, H. (2018, August 16):** Die Bloß-nicht-wegwerf-Gesellschaft. taz, S. 4-5.

**LQM Marktforschung (2018):** Persönliche Befragung zur Wiederverwendung von Gebrauchsgütern. Ergebnisbericht für Peperoni Werbe- und PR-Agentur GmbH. Berlin: Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz.

**Müller, A., Fischer, S., Meissner, M., Wilts, H., von Gries, N., Hopfensack, L., ... Galinski, L. (2017):** Untersuchung zur Wiederverwendung in Berlin. Entwicklung eines ReUse-Konzepts zur Stärkung des Leitbilds „Zero Waste“ in Berlin. Abschlussbericht. Ein Gutachten im Auftrag der Berliner Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz. Berlin: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie.

**RREUSE (2015):** Briefing on job creation potential in the re-use sector. Abgerufen von <http://www.rreuse.org/wp-content/uploads/Final-briefing-on-reuse-jobs-website-2.pdf>

**SenUVK (2019):** Abfallwirtschaftskonzept für Siedlungs- und Bauabfälle sowie Klärschlamme. Planungszeitraum 2020 bis 2030. Stand Januar 2019. Berlin: Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz.

**SPD, DIE LINKE, & BÜNDNIS90/DIE GRÜNEN (2016):** Berlin gemeinsam gestalten. Solidarisch. Nachhaltig. Welttoffen. Koalitionsvereinbarung 2016–2021.

**TNS Infratest (2015):** Studie im Auftrag von eBay.

**U.S. EPA, & Institute for Local Self-Reliance (2002):** Recycling Means Business. Abgerufen von <https://ilsr.org/recycling-means-business/>

**Vogt, R., & Fehrenbach, S. (2017):** Stoffstrom-, Klima- und Umweltbilanz für das Jahr 2016 für das Land Berlin. Heidelberg: ifeu.

Anschrift der Autoren

**Susanne Fischer, Anne Müller**  
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie  
Neue Promenade 6, 10178 Berlin, Deutschland

**Dr. Henning Wilts**  
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie  
Döppersberg 19, 42103 Wuppertal, Deutschland

**Markus Meissner**  
Österreichisches Ökologie-Institut  
Seidengasse 13, 1070 Wien, Österreich

**Thomas Schwilling, Ina Schulze**  
Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz  
Brückenstraße 6, 10179 Berlin, Deutschland



Eine Quelle, der Sie vertrauen können

Trinkwasser aktuell

Herausgegeben von Dr. Hermann H. Dieter, Dir. u. Prof. a. D. (UBA), Dipl.-Biochemiker und Toxikologe, ehem. Umweltbundesamt, Trebbin;  
Dr. Ingrid Chorus, Biologin, ehem. Umweltbundesamt, Berlin;  
Dr.-Ing. Wolfgang Krüger, Dipl.-Chemiker, Berlin  
und Dr. Birgit Mendel, Dipl.-Biologin, Hagen  
Datenbank, inkl. Infodienst zu allen Aktualisierungen mit jedem Update

[www.TRINKWASSERAKTUELLdigital.de/info](http://www.TRINKWASSERAKTUELLdigital.de/info)

**ESV** ERICH SCHMIDT VERLAG  
Auf Wissen vertrauen

Bestellungen bitte an den Buchhandel oder: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · Genthiner Str. 30 G  
10785 Berlin · Tel. (030) 25 00 85-228 · Fax (030) 25 00 85-275 · [ESV@ESVmedien.de](mailto:ESV@ESVmedien.de) · [www.ESV.info](http://www.ESV.info)