



Input: Mehrweg-Geschirr in der Gastronomie – Kommunale Handlungsmöglichkeiten

Marlene Haas, Lust auf besser leben

Marlene Haas (Nachhaltigkeitsberaterin und Geschäftsführerin von Lust auf besser leben) stellte verschiedene Anbieter*innen von Mehrweg-Geschirr für Gastronomiebetriebe vor. [Hintergrund](#) ist, dass Gastronomiebetriebe deutschlandweit ab dem Jahr 2023 ihrer Kundschaft entweder eine Mehrweg-Lösung anbieten oder erlauben müssen, dass eigene Gefäße mitgebracht werden.

Den meisten Systemen ist gemein, dass es Behältnisse in verschiedenen Größen gibt. Meist werden sowohl Becher als auch Schüsseln oder andere Boxen angeboten. Große Unterschiede gibt es z. B. bei der Ausleihe (gegen Pfand oder mit "Strafzahlung" bei Nichtrückgabe), bei der Herstellung und dem Material (Plastik, (Bio-)Kunststoff oder Edelstahl, teilweise Zertifizierung mit dem blauen Engel) und beim Preis (sowohl für Kund*innen als auch für Gastronomiebetriebe).

Mithilfe einer virtuellen Pinnwand fand daraufhin ein Austausch zwischen den teilnehmenden kommunalen Vertreter*innen statt. Die Ergebnisse sind im Folgenden zusammengefasst:

Ergebnisse der virtuellen Pinnwand

Kommunale Handlungsansätze (bisherige und geplante)

System(e) als Kommune fördern?

Aschaffenburg (Stadt und Landkreis): Infoevent am 13.10.

- Vorstellung von Recup/bowl, vyal & reCIRCLE
- Teilnahme der Bäckerinnung, Metzgerinnung und des DeHoGa
- Ziel: Stimmungsbild – Landkreis möchte unterstützen, ggf. auch finanziell und mehrere Systeme

Berliner Umweltsenat: Weg über eine Konzession

Bad Nauheim: Bewusste Entscheidung, vyal zu fördern. Mehr Infos [hier](#).

Marburg: zunächst Auswahlprozess, Entscheidung für Recup. Stadt zahlt jährliche Nutzungsgebühr für die Gastronomiebetriebe.

Allgemeine Erfahrungen

MKK/Hanau: Gute Erfahrungen mit selbstmitgebrachten Behältern & Main-Kinzig-Krug (regionaler Mehrweg-Becher)

Mörfelden-Walldorf: vor fünf Jahren Versuch, ein eigenes System zu etablieren

- Kund*innenkommunikation schwierig
- Fehlende Rückgabemöglichkeiten
- ➔ Nun eher skeptisch, aber andere Zeiten?

Unterstützungsbedarf der Kommunen





Internationale Kundschaft erreichen? Mehrsprachige Flyer?

Aufklärung über Umgang mit mitgebrachten Gefäßen - Gastronomiebetriebe wissen oft nicht, was erlaubt ist (besonders während Corona)

Kontakt zu überregionalen Unternehmenszentralen der Anbietenden

Beherrückgabe über Stadtgrenzen hinaus ermöglichen? Mehrweg muss „bequem“ sein
Kund*innenkommunikation

Franchise-Unternehmen akquirieren

Kooperationsideen (Kommunen untereinander und/oder mit Rhein.Main.Fair)

Kommunen teilen Prozess-Know-How für Ausschreibungen

Zusammenarbeit verschiedener anderer Abteilungen/Fachdienste (z. B. Klimaschutzmanagement)

Gemeinsame Kampagnen und Öffentlichkeitsarbeit der Kommunen der Metropolregion

- Mit Bezug zu fairen Produkten, bspw. Fairem Kaffee im Mehrweg-Becher
- Internationalität und Diversität der Nutzer*innen bedenken

Nächste Schritte

Wissenstransfer und weiterer Austausch zu Ansätzen und Fortschritten in Kommunen und auf Landesebenen gewünscht

Übrigens: Die IHK Darmstadt bietet in Kürze auch eine Veranstaltung zu dem Thema an. Bei dem geplanten Netzwerktreffen können Hotel-, Gastronomie-, Freizeitbetriebe, Kommunen und touristische Organisationen Erfahrungen austauschen. Nähere Informationen und Anmeldung (Warteliste) [hier](#).





Input: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Lisa Kielbassa

Obwohl gerne synonym verwendet, meinen die Begriffe Pressearbeit und Öffentlichkeitsarbeit nicht dasselbe. Lisa Kielbassa (ehemalige Pressebeauftragte von Rhein.Main.Fair) erklärte, worin Unterschiede und Gemeinsamkeiten liegen und wie dieses Wissen genutzt werden kann, um die Öffentlichkeit direkt (Öffentlichkeitsarbeit) oder indirekt (Pressearbeit) anzusprechen.

Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

	Pressearbeit	Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel Social Media
Ansprache	Indirekte Ansprache der Öffentlichkeit	Direkte Ansprache der Öffentlichkeit
Türhüter	Redaktion/Journalist*innen	Algorithmus
Nachrichtenfaktoren (Was ist wichtig, damit eine Meldung ankommt?)	<ul style="list-style-type: none"> • Neu und wichtig • Aktualität • Relevanz für viele • räumliche Nähe • Prominenz • Emotionen und Gefühle • Konflikt und Kampf 	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionen • Unterhaltung oder Information • Selbstpräsentation • Verbindungen mit anderen • Social Currency • Um eine Sache zu unterstützen
Eigenschaft	Qualität vor Quantität	Quantität vor Qualität
Schreibstil	<ul style="list-style-type: none"> • Aha Prinzip: Aufmerksamkeit wecken, Hauptsache erläutern (näheren Umstände), Alles Weitere (Einzelheiten) • Richtwert: 300 Zeichen • Wenige Adjektiven • Sachlich neutral 	<ul style="list-style-type: none"> • AIDA Prinzip: Attention, Interest, Desire, Action • Weniger ist mehr • Adjektive und Emojis • Eigenwerbung
Storytelling	Wir sind Fairtrade Town XY und wollen die Welt verändern durch...	

7

Praxisübung:

In Kleingruppen setzten die Teilnehmenden den Input in die Tat um und entwarfen eine Pressemitteilung bzw. Social Media-Posts für das Vernetzungstreffen der Fairen Metropolregion.

Die Folien zum Input zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sind dem Protokoll beigefügt.





Austausch

Interessantes aus der fairen Metropolregion

- Gratulation! Seit Ende September darf sich der Main-Kinzig-Kreis Fairtrade-Landkreis nennen.
- Die ARD hat einen Beitrag produziert, in dem gezeigt wird, wie eine Region Fairtrade-Stadt oder -Landkreis werden kann. Für den Film wurde Sabine Gresch (Amt für Stadtforschung und nachhaltige Stadtentwicklung – AGENDA-Büro, Mainz) in Mainz besucht. Den fertigen Fernsehbeitrag finden Sie [hier](#).

Anstehende Termine

- [Netzwerktreffen](#) der IHK Darmstadt zum Thema Mehrweg-Geschirr, 19. Oktober 2021, 09.30 bis 12:30 Uhr
- [Nachhaltige Entwicklung in Kommunen – Auftaktveranstaltung](#), Nachhaltigkeitsstrategie Hessen, 26. & 27. Oktober 2021, ca. 10:00 bis 15:30 Uhr
- [Einstiegsseminar zur Kommunalen Entwicklungspolitik für hessische Landkreise](#), Rhein.Main.Fair in Kooperation mit der SKEW, 3. November, 9:30 bis 12:00 Uhr
- [Social-Media-Workshop](#) von Fairtrade Deutschland, 08. November 2021, 16:00 bis 17:00 Uhr
- [Austausch der Fairtrade-Landkreise](#), Kampagne Fairtrade-Towns, 10. November 2021, 10:00 bis 13:00 Uhr
- [Vernetzungstreffen der Fairen Metropolregion](#) am **16. November 2021, 10:00 bis ca. 17:00 Uhr**





Kontakt

Wir freuen uns über Rückmeldungen, Fragen & eine Zusammenarbeit!

Joána Klug

Projektkoordination

Joana.klug@rheinmainfair.org

0151-68167190

www.rheinmainfair.org

Julia Neumann

Projektassistenz

Julia.neumann@rheinmainfair.org

0151-59827112

