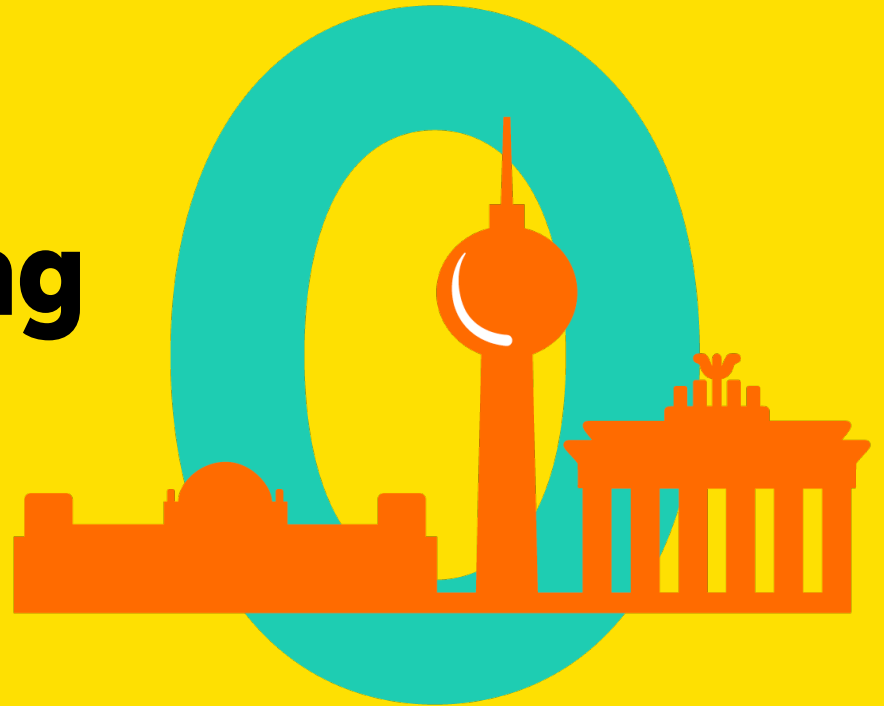


Zusammen für Null Verschwendung

Impact Report der
Zero-Waste-Agentur
2023-2025



Eine Initiative von:

Auf einen Blick

1_Im Dialog

1_1_Vorwort Ute Bonde.....	3
1_2_Vorwort Stephanie Otto.....	4
1_3_O-Töne aus dem Netzwerk.....	5

2_In Kürze und vorab

2_1_Wirkung der ZWA: Highlights.....	6
--------------------------------------	---

3_Das ist die ZWA

3_1_Ursprung und Genese.....	7
3_2_Fokusthemen.....	8

4_Aktivitäten & Ergebnisse

4_1_Bewusstsein schaffen.....	11
4_2_Wissen teilen und fördern.....	13
4_3_Handlungsräume zur Umsetzung anbieten.....	16

5_Wirkungsmessung

5_1_Das hat die ZWA erreicht.....	17
5_2_Was noch gemessen wurde.....	19

6_So geht es weiter

6_1_Die Zukunft ist rund.....	20
Kontakt	21

1_1_Vorwort

Ute Bonde



Foto: Marc Vorwerk

„Ihr besonderes Profil liegt in ihrer Fähigkeit, sektorenübergreifend zu agieren ...“

Die Zero-Waste-Agentur nahm im Juli 2023 als gemeinsames Projekt der Senatsverwaltung für Umwelt und der Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) ihre Arbeit auf. Seither hat sie in beeindruckender Weise an Fahrt aufgenommen.

Ihr Auftrag ist ehrgeizig und zukunftsweisend zugleich: die Abfallvermeidung in Berlin konsequent voranzutreiben und unsere Stadt Schritt für Schritt im Sinne dieses Ziels weiter zu entwickeln.

Und diese Ziele sind klar formuliert – weniger Verschwendung, nachhaltiger Konsum, mehr Wiederverwendung und hochwertiges Recycling. Ihren Ursprung nimmt diese Idee im Abfallwirtschaftskonzept 2020–2030 des Landes Berlin.

Wie diese Broschüre zeigt, hat die Zero-Waste-Agentur in kurzer Zeit spürbare Erfolge erzielt. Sie hat es geschafft, das Bewusstsein für Abfallvermeidung in der Stadtbevölkerung zu stärken und gemeinsam mit einem engagierten Netzwerk aus Wirtschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft wichtige Impulse gesetzt.

Ihr besonderes Profil liegt in ihrer Fähigkeit, sektorenübergreifend zu agieren und unterschiedlichste Akteurinnen und Akteure der Stadtgesellschaft miteinander zu vernetzen. So entstehen tragfähige Kooperationen, die den Wissenstransfer fördern, neue Handlungsspielräume eröffnen und den Wandel hin zu einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft greifbar machen.

Die Zero-Waste-Agentur ist daher auch ein zentraler Partner bei der Entwicklung der Berliner Kreislaufwirtschaftsstrategie.

Gemeinsam setzen wir den nächsten Schritt auf dem Weg zu einer Hauptstadt, die Ressourcen achtet, Innovationen nutzt und Nachhaltigkeit als Selbstverständlichkeit lebt.

Ute Bonde
Senatorin für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt

1_2_Vorwort

Stephanie Otto



Foto: BSR

„Die Zero-Waste-Agentur ist heute fester Bestandteil der Berliner Nachhaltigkeitslandschaft ...“

Berlin kann vieles – vor allem, wenn wir zusammenarbeiten. Zweieinhalb Jahre Zero-Waste-Agentur zeigen: Null Verschwendung ist kein Wunschtraum, sondern ein Berliner Gemeinschaftsprojekt.

Die Zero-Waste-Agentur bringt die richtigen Menschen zusammen – aus Bezirken, Verwaltung, Wissenschaft, Wirtschaft und Zivilgesellschaft – und macht aus vielen einzelnen Initiativen eine echte Bewegung.

Mehr als 130 Teilnehmende bei der ersten Multi-Stakeholder-Konferenz, rund 10.000 Menschen bei den ersten berlinweiten Aktionswochen und der deutliche Anstieg der Bekanntheit von Zero Waste zeigen, wie groß die Dynamik inzwischen ist.

Die Zero-Waste-Agentur unterstützt die Bezirke, schafft Wissenstransfer und setzt Impulse, damit gute Ideen schneller Wirkung entfalten.

Ob Task Forces, Monitoring, Kommunikation oder praktische Beispiele aus den Bezirken: Die Zero-Waste-Agentur ist heute fester Bestandteil der Berliner Nachhaltigkeitslandschaft – als Partnerin, Vernetzerin und Motor für Kreislaufwirtschaft.

Unser Ziel bleibt klar: Die Zero-Waste-Agentur zeigt, wie moderne Großstadt und Null Verschwendung zusammengehen können.

Für uns als BSR ist Nachhaltigkeit kein Buzzword, sondern strategische Ausrichtung und täglicher Auftrag. Gemeinsam machen wir Berlin besser, grüner und sauberer – und die Zero-Waste-Agentur hat daran einen wichtigen Anteil.

Stephanie Otto
Vorstandsvorsitzende der Berliner Stadtreinigungsbetriebe

1_3_O-Töne aus dem Netzwerk

Die Zero-Waste-Agentur hat ihr Netzwerk befragt. Hier eine Auswahl des Feedbacks zur Arbeit und Wirkungsweise der ZWA:

„Ihr bringt Menschen, Organisationen, Industriezweige zusammen und bringt sie ins Handeln. Das ist unschlagbar!“
(Industrie/Unternehmen)

„Die ZWA leistet unglaubliche Arbeit, indem sie alle relevanten Akteure in der Stadt zusammenbringt, die Zusammenarbeit zwischen ihnen fördert, ihre Initiativen durch ko-kreative Prozesse unterstützt und andere motiviert, ihre Maßnahmen zur Kreislaufwirtschaft weiterzuentwickeln. Ihre Kommunikation, Veranstaltungen sowie die bereitgestellten Tools und das Wissen sind eine wertvolle Ressource, um die Ziele der Stadt für 2030 auf dem Weg zu Zero Waste zu erreichen. Vielen Dank für eure Unterstützung und die großartige Teamarbeit.“ (Start-up)

„Ihr Lieben, ihr macht eine tolle Arbeit! Eure Multi-Stakeholder-Konferenz hat mir mega gut gefallen! Einfach top organisiert!“ (Zero-Waste-Akteur)

„Eine tolle Veranstaltung! Sehr inspirierend, interaktiv, toller Ort, viele innovative Ideen in kurzer Zeit. Gutes Publikum.“ (Öffentliches Unternehmen)

„Ich bin großer Fan der ZWA-Initiative und selbst große Akteurin der Wiederverwendung, daher mein Kompliment an euch für das tolle Programm, Networking und die Plattform.“ (Gemeinnütziges Unternehmen)

Macht weiter so!
(Industrie/Unternehmen)

„Berlin braucht eine Kreislaufwirtschaft, die ihren Namen verdient. Die Zero-Waste-Agentur ist der zentrale Akteur mit der besten Vernetzung, der die Strategie für die Zukunft der Stadt aufsetzen sollte.“
(Verwaltung/Bezirk)

„Danke für die immer wieder inspirierende Zusammenarbeit und die wichtigen Impulse, die die Zero-Waste-Agentur mit ihrer Arbeit setzt. Gemeinsam schaffen wir Veranstaltungen, die Zukunft gestalten.“
(Unternehmen/Veranstalter)

„Dass das Land Berlin und die Abfallwirtschaft gemeinsam die ZWA ins Leben gerufen haben, ist schon positiv; wie die ZWA die Vernetzung und Unterstützung der Akteure professionell und engagiert mit Schwerpunkt NGOs umsetzt, das ist besonders hilfreich. Danke.“
(Zero-Waste-Akteur)

„Wir, das Team von „Zero Waste Voices“, möchten uns herzlich bei der Zero-Waste-Agentur bedanken. Trotz der sehr kurzen Vorbereitungszeit konnten wir dank eurer motivierenden Unterstützung viele wichtige Kontakte knüpfen. Eure professionelle Begleitung und die wertvollen Impulse haben uns sehr geholfen, das Projekt schnell und wirksam an den Start zu bringen.“ (Zero-Waste-Akteur)

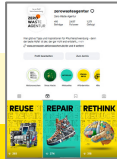


2_1_Wirkung der ZWA: Highlights

An dieser Stelle geben wir einen kurzen Auszug ausgewählter Arbeitsergebnisse der Zero-Waste-Agentur. Details dazu finden sich im hinteren Teil der Broschüre.

ca. 6,1 Mio.

Impressionen auf **Instagram** mit **64.737 Link-Klicks**, **27.359 Profilaufrufen**, **5.698 Content-Interaktionen** und **2.629 Followern** durch **409 Beiträge und 500 Stories** seit November 2023



17-20%

Bekanntheit der ZWA bei Berliner:innen
lt. Zero-Waste-Monitoring 2024
seit Juli 2023



(s. Kapitel 4 1)

2,22

**x mehr
Umsetzung:**

Wer die ZWA kennt, setzt mehr abfallvermeidende Aktivitäten um als jemand, der sie nicht kennt:
Im Mittel 2,22 abgefragte Zero-Waste-Teilstrategien mehr.

1,63

**x mehr
Befähigung:**

Befragte mit Kenntnis der ZWA fühlen sich nach eigener Angabe zu 1,63 Strategien mehr befähigt als Befragte, die die ZWA nicht kennen.

(s. Kapitel 5 1)

747

Teilnehmer:innen
waren bei den 40 Terminen
dabei (mehrfache
Teilnahmen inkludiert)

40

**eigene
Veranstaltungen**

ca. 4.440

Teilnehmer:innen
waren bei den 84 externen
Terminen dabei (mehrfache
Teilnahmen inkludiert)

84

**externe
Veranstaltungen**

(s. Kapitel 4 2)

3_1_Ursprung und Genese

Die Zero-Waste-Agentur (ZWA), die im Juli 2023 als gemeinsame Initiative der **Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt (SenMVKU)** und der **Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR)** eröffnet wurde, ist einzigartig.

Bereits in der Vorstudie zur Gründung der Agentur wurde festgestellt, dass es ein Angebot wie die Zero-Waste-Agentur in keiner anderen deutschen Stadt und auch nirgendwo anders in Europa gibt.

Ihre Geburtsstunde findet sich in der Zero-Waste-Strategie des Landes, namentlich im **Abfallwirtschaftskonzept 2020-2030 (AWK)**. Dort heißt es, dass die Agentur insbesondere die Aktivitäten in den Bezirken unterstützen, zu deren Koordinierung beitragen und mit Studien flankieren soll.

Mission der ZWA

Die Zero-Waste-Agentur ist angetreten, um die Transformation der Berliner Kreislaufwirtschaft zu stärken.

Ihre Prämisse: **Der beste Abfall ist der, der gar nicht erst entsteht.**

Daher lautet die Übersetzung des Begriffs „Zero Waste“ auch „Null Verschwendung“. Um das zu erreichen, braucht es Veränderungen, die unsere gesamte Gesellschaft betreffen. Dies erfordert Zeit, die Mitwirkung aller Beteiligten sowie die richtige inhaltliche Schwerpunktsetzung. Die ZWA soll aktiv zur Umsetzung der im AWK definierten Zero-Waste-Ziele beitragen. Sie soll **Impulse setzen und neue kreative Ideen gemeinsam mit Stakeholder:innen entwickeln und ermöglichen**. Sie soll selbst **als Akteurin aktiv werden** und dem Land Berlin sowie den relevanten Akteur:innen **Anstöße für die Weiterentwicklung der Kreislaufwirtschaft** geben. Daher ist es nur konsequent, dass die Agentur im Herbst 2025 feste Partnerin im Prozess zur Entwicklung einer **Kreislaufwirtschaftsstrategie für Berlin** wurde.



3_2_Fokusthemen – die Arbeit in Task Forces

Die Agentur treibt im Rahmen sogenannter Task Forces zusammen mit ausgewählten Stakeholder:innen gezielt konkrete Themen voran. Ganz oben steht, wie im AWK beschrieben, die Arbeit mit den bezirklichen Akteur:innen.

Task Force „Zero Waste in Berliner Bezirken“

Im Mai 2024 fand sich die Task Force „Zero Waste in Berliner Bezirken“ zum ersten Mal zusammen. Dafür identifizierte die Zero-Waste-Agentur zunächst diejenigen Personen in den Bezirken, die sich im engeren oder weiteren Sinne mit diesem Thema beschäftigen. Mittlerweile sind **alle zwölf Bezirke** in der Task Force vertreten und die Zahl ihrer Ansprechpartner:innen nimmt stetig zu.

Vertreter:innen stammen aus unterschiedlichen Bereichen (z. B. Stabsstellen oder Beauftragte für Klimaschutz, Nachhaltigkeit und kommunale Entwicklungspolitik) oder aus verschiedenen Ämtern wie dem Umwelt- und Naturschutzamt, dem Straßen- und Grünflächenamt, dem Ordnungsamt oder der Wirtschaftsförderung.

9

Treffen der
Task Force

29

Vertreter:innen der 12
Bezirke bei der Task Force



Bsp. aus Social-
Media-Reihe

Identifizierte und priorisierte Themen der Task Force:

Fokus 1: Daten rund um das Thema Zero Waste

Hier kann die Agentur auf ein umfangreiches **Zero-Waste-Monitoring** (s. Kapitel 4 1, 5 1 und 5 2) für ganz Berlin verweisen, das auch **Rückschlüsse auf Bezirksebene** zulässt.

Fokus 2: Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Dazu entstand gemeinsam mit den Bezirken in der Task Force u. a. **eine Social-Media-Reihe**, in der jeder Bezirk über seine eigenen Tätigkeiten im Bereich Abfallvermeidung und Ressourcenschonung informiert. So unterstützt die ZWA die Bezirke und bringt deren Beiträge zu Zero Waste stärker in die öffentliche Wahrnehmung.

Fokus 3: Hebel zur besseren Umsetzung von Zero Waste in den Bezirken

Zu diesem Thema wurde gemeinsam mit den Bezirken eine **ausdifferenzierte Empfehlung zur Institutionalisierung von Zero-Waste-Stellen** in den Bezirksämtern entwickelt:

1. Benennung von Zero-Waste-Beauftragten
2. Integration von Zero-Waste-Aufgaben in bestehende oder neue Stellen in Fachämtern
3. Etablierung eines übergreifenden Zero-Waste-Arbeitskreises



Mehrwert der Task Force für die Bezirke

Die Teilnehmenden schätzen den regelmäßigen, bezirksübergreifenden Austausch sehr, da er einen **Wissens- und Erfahrungstransfer** sowie die **Identifikation und Umsetzung von Synergieeffekten** ermöglicht

Die Task Force hat sich als bezirkliche Plattform und konkrete Austauschmöglichkeit, auch mit der Senatsumweltverwaltung, rund um die Themen Abfallvermeidung und Ressourcenschonung etabliert und bietet allen Beteiligten großen Mehrwert.



Gruppenfoto bei einem der ersten Treffen der Task Force mit den Bezirken



Beispiel: Synergien heben – Circular PSP

Dank gelungener Vernetzung zwischen Berliner Bezirken und dem von Circular Berlin umgesetzten EU-Projekt Circular PSP können jetzt gleich zwei Bezirksverwaltungen innovative KI-Lösungen für zirkuläre Prozesse testen, begleitet von der Zero-Waste-Agentur. Das gemeinsame Engagement hebt die besondere Vorreiterrolle Berlins bei nachhaltiger Verwaltung hervor.

Task Force „Abfallarme Veranstaltungen“

In Berlin finden zahlreiche (Groß-)Veranstaltungen statt, im Rahmen derer immer noch zu viel Abfall entsteht. Deshalb wurde nach Gründung der Agentur die zeitlich befristete Task Force „Abfallarme Veranstaltungen“ eingerichtet. Sie setzte sich aus verschiedenen Organisationen, Unternehmen und Verwaltungen zusammen und beschäftigte sich insbesondere mit der Frage, wo die größten Umsetzungslücken in Bezug auf ressourcenschonende Veranstaltungen liegen. Im Fokus dabei: der Ausbau einheitlicher **Mehrwegsysteme für Getränke und Speisen** sowie die **Herausarbeitung der Handlungspotenziale beteiligter Zielgruppen**.



Die Arbeit der Task Force zeigt klar: Um abfallarme Veranstaltungen zu realisieren, werden keine zusätzlichen Leitfäden für Veranstalter:innen benötigt. Stattdessen sollte mit einer **differenzierten, zielgruppenspezifischen Ansprache** über die verschiedenen Maßnahmen zur Abfallvermeidung und Ressourcenschonung bei Veranstaltungen informiert werden – beispielsweise über die Logistik bei der Mehrwegrückgabe, die Leitsysteme und gut geschultes Personal erfordert. Ein Ergebnis der Task Force ist der **Kommunikationsbaukasten abfallarme Veranstaltungen**. Er enthält **praxisnahe Inhalte** und **konkrete Maßnahmen für Veranstaltungen unterschiedlichster Art und Größe**. Die bereitgestellten **Icons, Slogans** und **Textbausteine** können **flexibel angepasst** werden und geben Organisationen ein **hilfreiches Tool** für ihre Events an die Hand.



Kommunikation für mehr abfallfreie Veranstaltungen

Um den **Kommunikationsbaukasten** bekannt zu machen, wurden eine **Pressemeldung**, ein **Multipliator:innen-Mailing** sowie eine **Anzeige** im Handelsblatt-Sonderheft „Kreislaufwirtschaft“ veröffentlicht.

Darüber hinaus wurden **Social-Media-Posts auf LinkedIn und Instagram** an passende Zielgruppen ausgespielt.

245.166

Impressions

der Social-Media-Posts **auf Instagram und LinkedIn** mit insgesamt **261 Klicks**

Die **Download-Seite des Kommunikationsbaukastens** erreichte **343 Page Impressions** im Zeitraum März bis November 2025.

Die in der Task Force gesammelten **Leitfäden und Guidebooks zu abfallarmen Veranstaltungen** sind auf der Website der Zero-Waste-Agentur zu finden. Ferner wurde dort eine Sammlung an Infomaterialien zum Thema **Mehrweg für Unternehmen** veröffentlicht.

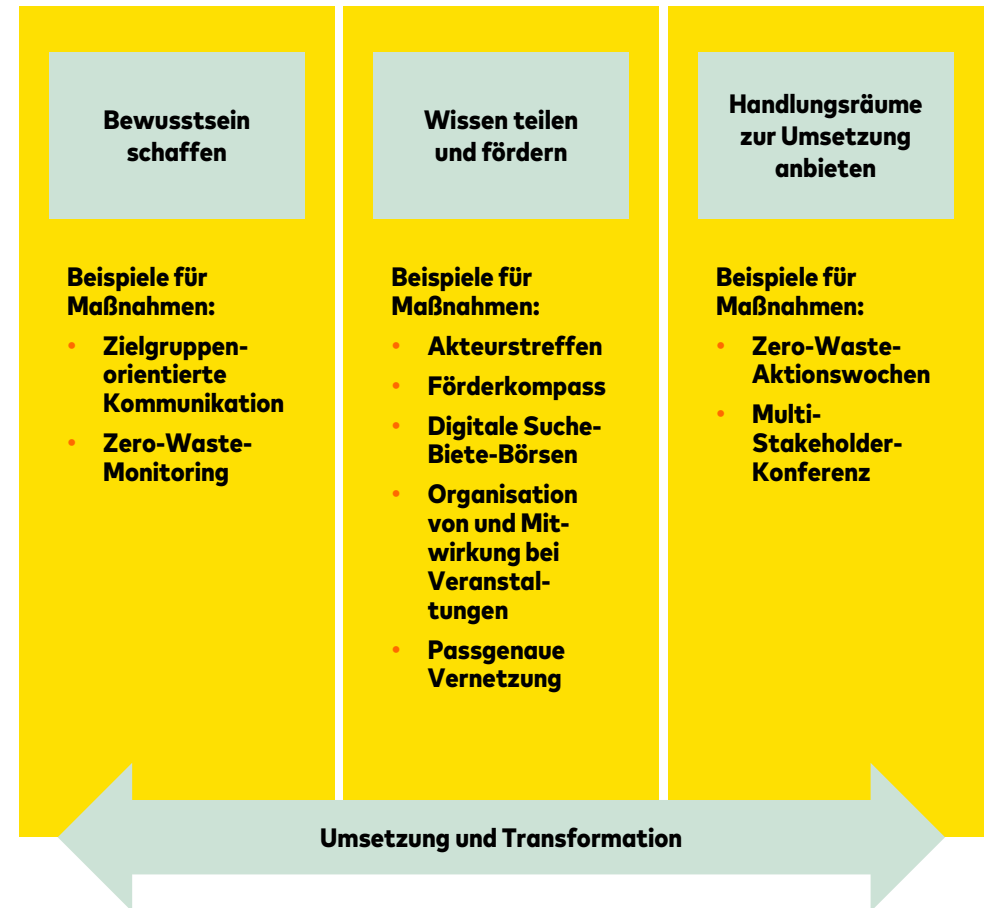


Beispiel: Synergien heben – Zero-Waste-Spieltag der BR Volleys

Die ZWA lieferte passgenaue Vernetzung und trug konkret zu Synergien bei: Für den Zero-Waste-Spieltag im Februar 2024, der von Berlin Recycling initiiert und umgesetzt wurde, vermittelte die ZWA geeignete Akteur:innen und Zero-Waste-Initiativen, die vor Ort über Abfallvermeidung informierten. In einer Keynote konnte die ZWA außerdem einem ausgewählten Fachpublikum verdeutlichen, wie sich Abfallvermeidung bei Großveranstaltungen umsetzen lässt – eingebettet in das von BR geschaffene Format.

Drei Hebel auf dem Weg zur Umsetzung und Veränderung

Die Zero-Waste-Agentur nutzt drei Hebel, um Veränderung aktiv herbeizuführen und die Kreislaufwirtschaft in Umsetzung zu bringen:



4_1_Bewusstsein schaffen

Zielgruppenspezifische Kommunikation

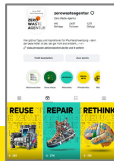
Die Zero-Waste-Agentur wurde im Juli 2023 neu gegründet. Sie startete sozusagen bei Null. Um schlagkräftig agieren zu können, wurden zunächst Website und Social-Media-Kanäle aufgebaut.

Von Null auf ...

Stand 07.12.2025 sind folgende **Kennzahlen der Kommunikation** zu verzeichnen:

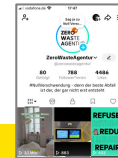
ca. 6,1 Mio.

Impressionen auf **Instagram** mit **64.737 Link-Klicks**, **27.359 Profilaufrufen**, **5.698 Content-Interaktionen** und **2.629 Followern** durch **409 Beiträge** und **500 Stories** seit November 2023



ca. 6 Mio.

Aufrufe auf **TikTok** mit über **8.000 Profilaufrufen**, ca. **6.800 Likes** und **258 Kommentaren**, bei **783 Followern** und **101 Beiträgen** sowie **405 geteilten Beiträgen** seit März 2024



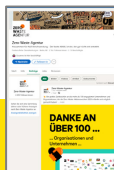
ca. 3,3 Mio.

Aufrufe auf **YouTube** mit **12.633 Wiedergabezeiten** und **101 Abonnent:innen**, bei **18 Videos**, **25 Shorts** und einer **durchschnittlicher Video-Verweildauer von 1:14 Min.** seit Dezember 2023



ca. 790.000

Impressionen auf **LinkedIn** bei **2.198 Followern** und **247 Beiträgen** seit September 2023



12.000

Page Impressions auf der **Website der ZWA**, ab September 2024



308

Newsletter-Abonent:innen bei bisher 3 veröffentlichten Newsletter-Ausgaben seit Mai 2025



17-20%

Bekanntheit der ZWA bei Berliner:innen

lt. Zero-Waste-Monitoring 2024 seit Juli 2023

Zero-Waste-Monitoring

Mit dem **Zero-Waste-Monitoring** führte die ZWA 2024 erstmals **eine umfassende und repräsentative Messung des Zero-Waste-Verhaltens der Bürger:innen Berlins** durch. Darauf aufbauend wurde im Folgejahr 2025 eine zweite Befragungswelle durchgeführt.

Was abgefragt wurde

Wie verbreitet ist z. B. die Nutzung von Mehrweg-Optionen, wie viele Menschen nutzen neben der Spende von gebrauchten Dingen auch die Möglichkeit zum Erwerb von Second-Hand-Produkten? Welche Rolle spielt die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung und welche der Kauf von Unverpackt-Waren? Zur Beantwortung dieser und weiterer Fragen des Monitorings wurden **Telefoninterviews mit insgesamt 1.000 Teilnehmenden** durchgeführt, in denen diese ganz konkret nach ihrer Umsetzung von **acht Kernstrategien** und den dadurch vermiedenen Abfallmengen gefragt wurden:

-  **Unverpackt einkaufen**
-  **Mehrwegnutzung für „to go“**
-  **Lebensmittelverschwendung vermeiden**
-  **Mieten/leihen statt kaufen**
-  **Langlebig/ressourcenschonend kaufen**
-  **Gebraucht kaufen/erhalten**
-  **Weitergeben/verschenken/spenden**
-  **Reparieren statt wegwerfen**



Bsp. für Social-Media-Posts

Details zur Befragung

Ergänzend zum Zero-Waste-Verhalten wurde auch die **gefühlte Befähigung** und **künftige Absicht zur Umsetzung dieser acht Strategien** erfasst.

Alle Strategien wurden bei der Befragung darüber hinaus in puncto **„typische Produktkategorien“** wie Textilien, Möbel und elektrische/elektronische Geräte sowie **„Kanäle“** wie stationärer Einzelhandel, Online-Plattformen oder Familie, Freunde und Nachbarn weiter aufgefächert:

So ergab sich insgesamt ein **sehr detailliertes Bild zum Status Quo von Berliner Zero-Waste-Aktivitäten**. Eine solche Messung gab es in dieser Bandbreite und Tiefe für Berlin noch nicht, sie dockt daher sehr sinnvoll an bestehende Studien an, die beispielsweise einzelne Strategien im Detail untersuchen ([zur inhaltlichen Auswertung s. Kapitel 5.2](#)).

Verbreitung des Zero-Waste-Monitorings

ca. 1,1 Mio.

Impressionen durch die **Social-Media-Reihe auf Instagram und LinkedIn** mit insgesamt **810 Klicks**

343

Page Impressions auf **Website** mit Link zum **Fachartikel in der Fachzeitschrift „Müll und Abfall“**

78

Teilnehmende bei Ergebnispräsentation in einem Webinar, davon 30% aus Berlin, 70% aus anderen Kommunen und Regionen

ca. 170

Teilnehmende bei Vorstellung der Ergebnisse auf Veranstaltungen in Berlin

4_2_Wissen teilen und fördern

Mittels ihrer intensiven Vernetzung mit der Berliner Akteurslandschaft identifiziert die Zero-Waste-Agentur konkrete Bedarfe der Berliner Akteur:innen in Bezug auf diese **fünf R-Strategien: Refuse, Rethink, Reduce, Reuse und Repair.**

Akteurstreffen

Neben der themenbezogenen Arbeit in den Task Forces organisiert die ZWA **regelmäßige Akteurstreffen in digitaler Form**, um die zahlreichen engagierten Zero-Waste-Akteur:innen und -Projekte der Stadt zu vernetzen.

Unter dem Motto „**Gemeinsam mehr erreichen**“ bündeln die Akteur:innen hier ihr Know-how, stimmen sich zu ihren Aktivitäten ab und schaffen neue Synergien.

Zu den Teilnehmenden zählen **soziale Träger, gemeinnützige Vereine, bezirkliche Koordinierungsstellen für Umweltbildung, Stiftungen, geförderte Projekte, engagierte Einzelpersonen, Selbstständige, Unternehmen und Start-ups.**

8

Akteurstreffen
fanden statt

153

Teilnehmer:innen
waren bei den Treffen
dabei (mehrfache
Teilnahmen inkludiert)

Förderkompass

Der **Förderkompass** informiert über **aktuell verfügbare Fördermittel** mit Zero-Waste-Bezug auf **EU-, Bundes- und Länderebene**. Die identifizierten Förderoptionen werden anhand verschiedener Kategorien vorgestellt, dazu gehört vor allem der **Bezug zu Zero-Waste-Themen**, die folgendermaßen eingeordnet werden:

- a. **relevant:** idealerweise sehr eindeutig bzw. direkt
- b. **auch relevant:** über artverwandte Themen wie Klima und Nachhaltigkeit
- c. **weniger relevant:** muss über andere Themen wie z. B. Digitalisierung, Bildung, Engagement oder Kultur gespielt werden
- d. **indirekt relevant:** Fördermittel, die zwar nicht inhaltlich, aber organisatorisch für Zero-Waste-Akteure interessant sind

Hervorzuheben ist, dass nur ein sehr kleiner Anteil der Fördermittelloptionen der Einträge der direkten Umsetzung von Zero-Waste-Projekten (22% in Kategorie a.) oder Nachhaltigkeitsprojekten im weiteren Sinne (26% in Kategorie b.) dient.

300

Einträge
im Förderkompass

35

Beratungsgespräche/-mails
nach Anfragen von Akteur:innen

In Ergänzung zum Förderkompass bietet die Zero-Waste-Agentur auf individuelle Anfrage **Gespräche zu aktuellen Ausschreibungen und relevanten Fördertöpfen** an.

Playbook Leihorte

Mehr Leihorte in die Umsetzung bringen

Bei der Multi-Stakeholder-Konferenz 2024 der ZWA (s. [Kapitel 4.3](#)) wurde identifiziert: Es fehlten **Best Practices und Umsetzungstipps zum Aufbau von Leihläden und -orten**. Die Zero-Waste-Agentur widmete sich daraufhin diesem Thema und interviewte zur Wissensanreicherung Betreiber:innen von sieben sehr verschiedenen Berliner Leihorten. So entstand eine umfassende Übersicht, die **Organisationen dazu befähigen und motivieren soll, selbst Leihort zu werden oder einen solchen aufzubauen**.

Das **Playbook Leihorte** führt **Steckbriefe der verschiedenen Best-Practice-Orte** auf, die auf unterschiedlichen Strukturen basieren – von Stadtteilzentren und Vereinen über Bibliotheken bis hin zu Leihorten in Einkaufszentren – und bietet eine Bandbreite an konkreten Tipps von Finanzierung über Preisgestaltung bis zur Kommunikation.

Zur Bekanntmachung wurde ein **Multi-plikator:innen-Mailing** sowie **eine zielgruppen-spezifische Social-Media-Kampagne** umgesetzt:

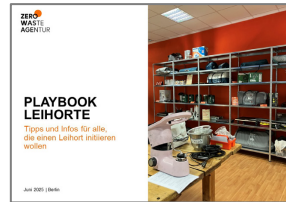
182

Page Impressions auf [Website](#) mit Download-Möglichkeit

ca. 500.000

Impressionen durch die **Social-Media-Reihe auf Instagram und LinkedIn** mit insgesamt **2.260 Klicks**

Auch **für die schon existierenden Leihorte** bedeuteten diese Aktivitäten **mehr Sichtbarkeit und direkte Vernetzung untereinander**. So wurden z. B. Synergien umgesetzt, als ein neuer Leihort in das bereits bestehende digitale Leihsystem eines anderen Leihortes aufgenommen wurde.



Digitale Suche-Biete-Börsen

Das „Grüne Brett“, die online-basierte Suche-Biete-Börse der ZWA, ermöglicht diesen Austausch in digitaler Form. Ziel ist es, Angebote und Bedürfnisse der zahlreichen Akteur:innen zu verknüpfen. **Alle, die im Zero-Waste-Bereich unterwegs sind**, können auf dieser Online-Plattform in Suche- oder Biete-Kacheln ihre Projekte und Anfragen darstellen und so in den direkten Austausch miteinander gehen.

ca. 100

aktive Einträge in der Suche-Biete-Börse, Stand Dez. 2025

Passgenaue Vernetzung

Die Agentur fungiert von Anfang an als Ansprechpartnerin für konkrete bilaterale Anliegen. **Hunderte gezielte Anfragen** gingen per E-Mail ein, sehr viele weitere wurden über Social-Media-Kanäle gestellt. Darin ging es u. a. um bestimmte Expertise, existierende Orte zur Abgabe und/oder Abholung von gebrauchten Materialien und Produkten, temporäre Locations oder dauerhafte Wirkungsstätten sowie die Einladung zur gemeinsamen Kommunikation von Terminen und Angeboten mit Zero-Waste-Bezug.

> 200

fachliche Austauschgespräche

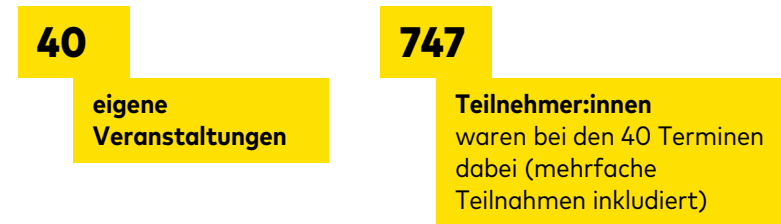
Beispiele der passgenauen Vernetzung durch die ZWA

- Kooperation des Hochschulsports einer Berliner Universität mit Upcycling-Label zur Wiederverwendung von Bannern nach einem Sport-Event
- Geförderte Projektkooperation einer Initiative zum Tausch von Kleidung mit Berliner Landesbibliotheken
- Vernetzung verschiedener Fördermittelsuchenden mit der Stiftung Naturschutz Berlin

Organisation und Mitwirkung bei Veranstaltungen

Eigene Veranstaltungen der ZWA

Bei ihren eigenen Veranstaltungen, Treffen und interaktiven Formaten kam die Zero-Waste-Agentur mit ihrem eigenen Netzwerk und zahlreichen weiteren Stakeholder:innen in Kontakt und konnte Wissen sowie Informationen zu verschiedenen Themen transportieren.



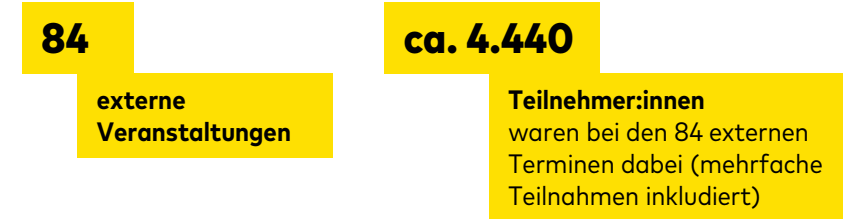
Besonders hervorzuheben sind die **drei Multi-Stakeholder-Konferenzen** (s. [Kapitel 4 3](#)), die **acht Akteurs-** (s. [Kapitel 4 2](#)) und die **insgesamt 13 Task-Force-Treffen** (s. [Kapitel 3 2](#)) als **etablierte ZWA-Arbeitsformate**.

Die ZWA realisierte darüber hinaus **weitere eigene Veranstaltungen** wie das hier stellvertretend aufgeführte Webinar „Creating Circular Communities in Europe“ als Teil der „European Week of Regions and Cities 2025: ‚Close to you‘ programme“.



Externe Veranstaltungen mit aktiver Beteiligung der ZWA

Neben den eigenen Veranstaltungen war die Zero-Waste-Agentur bei externen Veranstaltungen mit einer Input-Präsentation, einem eigenen Info-stand oder aktiv durch Workshop- oder Diskussionsbeteiligung vertreten.



Bandbreite der Events mit aktiver Beteiligung der ZWA (Auswahl)

- OECD-Feldstudie zu „Circular Economy in Berlin“ 2024
- Berliner Umweltfestival am Brandenburger Tor, 2024 und 2025
- Woche der Umwelt 2024 – Zusammen für Klimaneutralität beim Bundespräsidenten
- Cradle-to-Cradle Summit: Labor Tempelhof 2024
- Grüne Woche 2025 bei der Berliner Messe
- Fachgespräch des Umweltbundesamts zur Evaluierung des Abfallvermeidungsprogramms des Bundes und der Länder 2025
- Auftakttreffen und weitere Workshops zur Entwicklung der Berliner Landeskreislaufwirtschaftsstrategie 2025
- NETZwerkabend „Nachhaltigkeitskonzepte für Sport(groß-)veranstaltungen – Chancen für Berlin“ von Berlin Recycling 2025
- „Verpackungswende im Lebensmittelbereich – Spannungsfeld zwischen Regulierung, Skalierung und Innovation“, Abschlussveranstaltung des Projekts innoCERT der TU Berlin 2025

Neben den aktiven Teilnahmen war die ZWA bei **47 weiteren externen Veranstaltungen zu Gast**, um sich zu vernetzen, weiterzubilden und die Zero-Waste-Community zu vertreten.

4_3_Handlungsräume zur Umsetzung anbieten

Um Ressourcen im Kreislauf zu halten und sie nicht zu verschwenden, braucht es entsprechende **Angebote und Umsetzungsmöglichkeiten**. Gleichzeitig erfordert eine Welt mit einer hohen Informationsdichte **konzertierte Aktionen, um Themen in das Bewusstsein der Stadtgesellschaft zu rücken**. Dieses Ziel verfolgen sowohl die Zero-Waste-Aktionswochen als auch die Multi-Stakeholder-Konferenzen, die jährlich von der ZWA umgesetzt werden.

Zero-Waste-Aktionswochen

Die Zero-Waste-Aktionswochen geben vorhandenen Projekten, Initiativen, Unternehmen und Organisationen eine wesentlich **höhere Sichtbarkeit** und **motivieren zugleich Akteur:innen**, sich mit eigenen, neuen Aktionen im Bereich Zero Waste zu engagieren. **Verschiedenste Organisationen und Unternehmen** waren aktiv beteiligt und boten eine **Vielfalt an unterschiedlichen Möglichkeiten** sowohl **für Bürger:innen als auch für Fachpublikum** an, um Abfallvermeidung und Ressourcenschonung umzusetzen oder über die Umsetzung der Kreislaufwirtschaft zu diskutieren.

Ergebnisse der Zero-Waste-Aktionswochen

	2024	2025
Akteur:innen, die eigene Veranstaltungen angeboten haben	100	111
Termine im Aktionskalender	334	327
Grobe Hochrechnung der Teilnehmenden bei den Terminen insgesamt	ca. 10.500	ca. 12.050
Veranstaltungen, die nur aufgrund der Aktionswochen umgesetzt wurden	ca. 38%	ca. 39%



Maßnahmen zur Umsetzung der Zero-Waste-Aktionswochen

Geschaffen wurde eine eigene **Landingpage** inklusive **Aktionskalender**, auf der die Akteur:innen Fachevents, Workshops bzw. alle Termine für ihre Angebote selbstständig eintragen können. Eine **umfangreiche Filterfunktion** ermöglicht dort die Suche nach Themenfeldern, Zielgruppen, Bezirken oder auch Event-Arten.

Die Aktionswochen 2024 und 2025 wurden jeweils von einer **Multi-Channel-Kampagne** unter Einbeziehung von **Website, digitalen Out-of-Home-Platzierungen, Social-Media- und Online-Werbung, Pressearbeit** sowie **Multiplikator:innen-Aktivierung** begleitet. Die Kommunikationsstrategie verfolgte in Kombination mit kreativen Kampagnenmotiven das Ziel, **Website und Programm** der Aktionswochen bekannt sowie auf die fünf wesentlichen **R-Strategien im Bereich Zero Waste – Refuse, Rethink, Reduce, Reuse und Repair** – aufmerksam zu machen. Die Kampagnen erzielten ca. 15 Mio. (2024) bzw. 27 Mio. (2025) Impressionen. Auch die **bundesweite Presseresonanz**, besonders bei den ersten Zero-Waste-Aktionswochen, verdient an dieser Stelle eine eigene Erwähnung.



Bsp.
Kampagnen-
Motive 2025

Eine besondere Auszeichnung erhielten die Zero-Waste-Aktionswochen durch die **Nominierung für den „Marketing 4 Future Award 2025“** in der **Kategorie „Sustainable Alliances“**. Eine große Anerkennung für alle, die sich der Allianz angeschlossen und sich bei den Aktionswochen aktiv beteiligt hatten.

Multi-Stakeholder-Konferenzen

Seit 2023 führt die Zero-Waste-Agentur jährlich im November eine Multi-Stakeholder-Konferenz durch. In wechselnden Veranstaltungsformaten finden sich hier **Mitgestalter:innen unterschiedlichster Branchen und Sektoren** aus der Null-Verschwendungs-Hauptstadt Berlin zusammen. Das Themenspektrum entwickelt sich dabei stetig weiter und Ziel der Konferenzen ist jeweils die Identifizierung von Umsetzungslücken und Hebeln für spezifische Themen rund um das Schließen von Kreisläufen.

Die **Konferenz 2023** bot Reden und fachliche Beiträge sowie interaktive Arbeitsgruppen. Im Anschluss fanden **Workshops** zu folgenden Themen statt:

- „Zero Waste bei (Groß-)Veranstaltungen und Clubs“ (dieser Workshop gab den Anstoß für die Task Force „Abfallarme Veranstaltungen“)
- Null Lebensmittelverschwendung (die Zero-Waste-Agentur arbeitete danach am von der Senatsverwaltung für Justiz und Verbraucherschutz initiierten „Runden Tisch Lebensmittelverschwendung“ mit)
- Abfallvermeidung in Bildungseinrichtungen
- Zero Waste von Elektro- und Gebrauchsgegenständen
- Null Materialverschwendung

Bei der **Konferenz im Jahr 2024** brachten die Teilnehmenden selbst ihre Themen im **Open-Space-Format** ein, wodurch sich die Fragestellungen deutlich detaillierter zeigten und unter anderem folgende Bereiche adressierten:

- Bauteilbörse – Lagerfläche
- Nationale Kreislaufwirtschaftsstrategie – Wie arbeiten wir gemeinsam?
- Zero Waste im Sport (Zero-Ist-Hero-Spieltage 2025)
- Leihläden im Kiez (Skalierungsmöglichkeiten, daraus entstand die Idee für das Playbook Leihorte (s. [Kapitel 4_2](#)))
- Wie können wir die Lebensmittelrettung besser koordinieren?

Die **3. Multi-Stakeholder-Konferenz 2025** fand unter dem Motto „**Kreisläufe erlebbar machen**“ statt und startete mit einem interaktiven Rollenspiel. In kleinen Gruppen entwickelten die Teilnehmenden Ideen, wie Produkte länger im Kreislauf gehalten werden können. In Workshops wurden die folgenden Themen dann vertiefend bearbeitet:

- KI für Zero Waste und Ressourcenschonung: Digitale Tools für selbstwirksamen Konsum
- Zirkuläre Zukunft: Ein Workshop zur gelebten Materialwiederverwendung und branchenübergreifenden Kooperationen am Beispiel der Kulturbranche
- Zero-Waste-Hubs für Berliner Bezirkszentren: Anlaufstellen und Orte für eine ressourcenschonende Stadt
- Kompetenzaufbau zu den R-Strategien entlang der Bildungskette

In der abschließenden Fishbowl-Diskussion wurden die Ergebnisse der Workshops beleuchtet und u. a. festgehalten, dass **nur durch die Allianzbildung aller Versammelten Ressourcenschonung als Prio-Thema auf der politischen Agenda gehalten werden kann**.



Eindrücke der 3. Multi-Stakeholder-Konferenz, die am 6.11.2025 in Berlin stattfand

5_1_Das hat die ZWA erreicht

Die zahlreichen im **Zero-Waste-Monitoring** gesammelten Informationen und Analysen aus einer repräsentativen Befragung von 1.000 Berliner:innen lassen auch einen **Rückschluss auf die Wirkung der ZWA** zu. (s. Kapitel [4_1](#) und [5_2](#))

Basis für die folgenden Kennzahlen ist im Wesentlichen das zweite Zero-Waste-Monitoring aus 2025, das methodisch auf der Nullmessung des Vorjahres aufbaute und erneut insgesamt acht verschiedene Zero-Waste-Strategien abfragte.

Wirkung der Zero-Waste-Agentur

Die **Bekanntheit der Zero-Waste-Agentur** wirkt sich **messbar positiv** auf diverse Aspekte der Abfallvermeidung der Berliner:innen aus. Zur Ermittlung der folgenden Kennzahlen wurden **umfangreiche Regressionsanalysen** durchgeführt.

1,63

x mehr Befähigung:

Befragte mit Kenntnis der ZWA fühlen sich nach eigener Angabe zu 1,63 Strategien mehr befähigt als Befragte, die die ZWA nicht kennen.

2,22

x mehr Umsetzung:

Wer die ZWA kennt, setzt mehr abfallvermeidende Aktivitäten um als jemand, der sie nicht kennt: Im Mittel 2,22 abgefragte Zero-Waste-Teilstrategien mehr.

1,12

x mehr Absicht:

Im Mittel beabsichtigen Personen mit Kenntnis der ZWA, 1,12 Strategien mehr umzusetzen als diejenigen, die sie nicht kennen.

Egal ob Befähigung, Umsetzung oder Absicht – **Personen, die die ZWA kennen, machen den positiven Unterschied. Bei ihnen steigt die Wahrscheinlichkeit** (gemessen in Prozentpunkten %-Pkt.) **für stärkere Befähigung, häufigere Strategieumsetzung sowie höhere Absicht.** Ein großer Erfolg für die ZWA!

Insbesondere bei den folgenden fünf Strategien hat die Bekanntheit der ZWA einen deutlichen Einfluss.

Strategie	Befähigung	Umsetzung	Absicht
	Bei Kenntnis der ZWA steigt die Wahrscheinlichkeit* ...		
Mehrwegnutzung für „to go“	+9%-Pkt.	+18%-Pkt.	+20%-Pkt.
Lebensmittelverschwendung vermeiden	+13%-Pkt.	+26%-Pkt.	+15%-Pkt.
Mieten/leihen statt kaufen	+13%-Pkt.	+/-0%-Pkt.	+5%-Pkt.
Weitergeben/verschenken/spenden	+2%-Pkt.	+8%-Pkt.	+20%-Pkt.
Reparieren statt wegwerfen	+7%-Pkt.	+10%-Pkt.	+14%-Pkt.

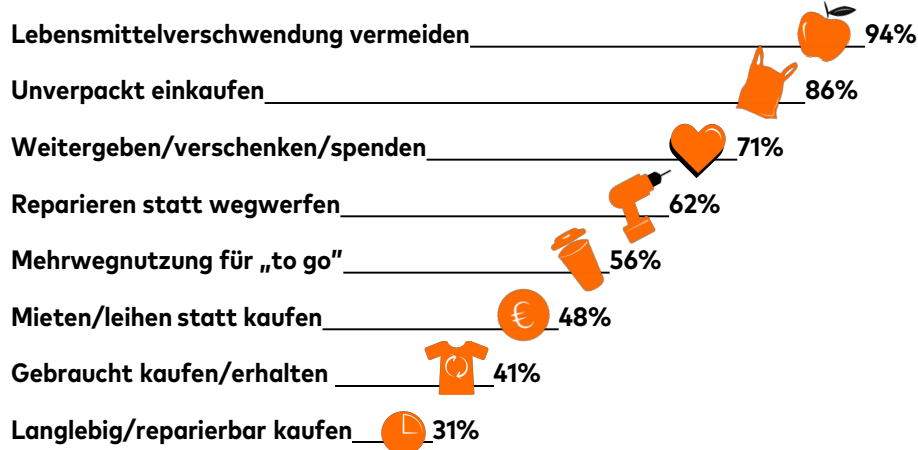
Lesebeispiel: * ...um 9%-Pkt., um zur „Mehrwegnutzung für „to go“ befähigt zu sein, ... um 18%-Pkt., um diese Strategie anzuwenden, und um 20%-Pkt., um diese Strategie zu beabsichtigen.

5_2_Was noch gemessen wurde

Die Zero-Waste-Agentur erfasste 2024 in einer ausführlichen repräsentativen Befragung die Umsetzung von insgesamt acht Zero-Waste-Strategien durch die Berliner:innen in ihrem **Zero-Waste-Monitoring** (s. Kapitel [4_1](#) und [5_1](#)).

Es zeigen sich signifikante Unterschiede bei der Umsetzung der Strategien.

In Bezug auf die Frage, **ob die Strategien überhaupt schon einmal umgesetzt wurden**, ergibt sich eine deutliche Reihenfolge:



Unterschiede zeigen sich auch dahingehend, **wie häufig eine Strategie umgesetzt wird**. So gehören zu den wohl **kontinuierlich**, dafür **aber eher selten** umgesetzten Strategien das **Reparieren** und das **Weitergeben/Verschenken/Spenden** – hier haben mehr als ein Drittel der Befragten angegeben, die Strategie vor mehr als zwölf Monaten umgesetzt zu haben. Zu den Strategien, die hingegen **sehr häufig** umgesetzt werden, zählen die **Vermeidung von Lebensmittelverschwendung** und das **unverpackte Einkaufen**.

Hochrechnung von vermiedenen Abfällen

Das Zero-Waste-Monitoring bietet durch die gleichzeitige Erfassung von umsetzenden Personen und abgefragten Mengen erstmals eine umfassende Datengrundlage für eine **Hochrechnung von Abfällen, die in Berlin durch Anwendung dieser acht Zero-Waste-Strategien vermieden wurden**.

Beispiel einer Hochrechnung

12.782

Tonnen Abfälle innerhalb eines Jahres konnten durch die Nutzung der Strategie **Gebraucht kaufen/erhalten** bei den Produktgruppen **Kleidung, Möbel und elektrische/elektronische Geräte vermieden** werden. Das entspricht **3,93 kg pro Kopf**.

Das **Monitoring der ZWA** ermittelte durch seine differenzierte Abfrage von Produkten, Kanälen und betroffenen Mengen sowie dank der Durchführung einer zweiten repräsentativen Welle (erneut mit 1.000 Teilnehmenden) im Jahr 2025 **unzählige Einsichten und weitere Fakten**.

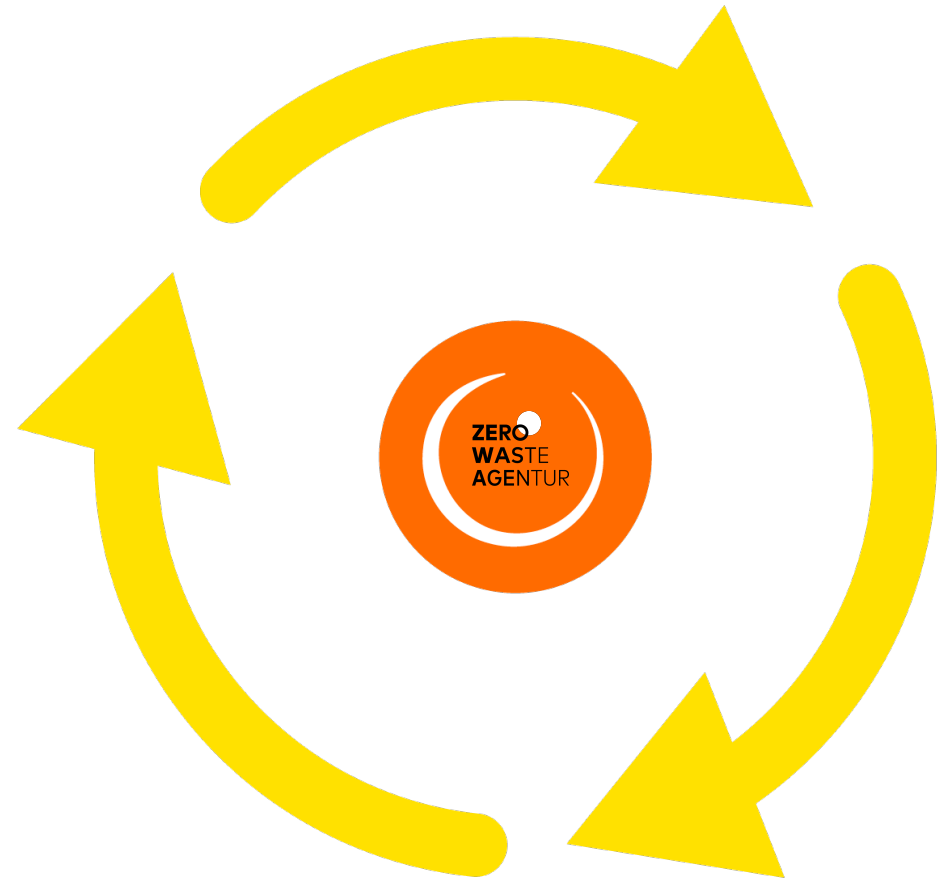
Details sind u. a. im **Fachartikel**, der auf der [Website der Zero-Waste-Agentur](#) verlinkt ist, einsehbar.

6_Die Zukunft ist rund

Die Zero-Waste-Agentur kann auf einer soliden Basis und ihr engagiertes Netzwerk aufbauen, um die **Transformation von Berlins Kreislaufwirtschaft** weiter voranzubringen.

So wirkt die Zero-Waste-Agentur seit Ende 2025 bei der Erarbeitung einer Kreislaufwirtschaftsstrategie für Berlin mit, die von der **Senatsumweltverwaltung** federführend gesteuert wird. Ausgehend von der **Nationalen Kreislaufwirtschaftsstrategie** geht es für das Land Berlin darum, eine zeitgemäße und auf das Land zugeschnittene Strategie für zirkuläres Wirtschaften zu erarbeiten.

Berlin hat schon viel erreicht und bleibt weiter in Bewegung – um Kreisläufe zu schließen. Die Zero-Waste-Agentur wird dabei weiterhin eine aktiv gestaltende Rolle einnehmen.



KONTAKT

Zero-Waste-Agentur

c/o Impact Hub Berlin
Rollbergstraße 28a
12053 Berlin

kontakt@zerowasteagentur.de
zerowasteagentur.de

Eine Initiative von:

Senatsverwaltung
für Mobilität, Verkehr,
Klimaschutz und Umwelt

BERLIN

