



Jahresbericht der Initiative

„Mülltrennung wirkt“

Kampagnenjahr 2025

Mach mit!

müll / trennung- wirkt.de

Eine Initiative der dualen Systeme.



Ausgangssituation

Verpackungsaufkommen und Verpackungsgesetz

8,4 Mio. Tonnen Verpackungsabfälle

fielen 2023 bei privaten Endverbraucher*innen in Deutschland an¹. Um Ressourcen und Klima zu schützen, wird Verpackungsrecycling immer wichtiger. Diese Aufgabe übernehmen die **dualen Systeme**: Sie organisieren bundesweit die Sammlung, Sortierung und Verwertung gebrauchter Verkaufsverpackungen.



¹ Quelle: Umweltbundesamt, Studie „Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2023“, April 2026 | inkl. bepfandete Einweg-Getränkeverpackungen

Die Grundlage für die Arbeit der dualen Systeme ist das Verpackungsgesetz (VerpackG)

Das VerpackG gibt **Recyclingquoten** für alle Materialarten vor, die von den dualen Systemen erfüllt werden müssen. Die Ziele sind ambitioniert und seit 2018 deutlich gestiegen. Doch nur wenn Verbraucher*innen ihren Abfall richtig trennen, können Verpackungen recycelt und die vom Gesetzgeber geforderten Recyclingquoten erfüllt werden – zum Schutz von Ressourcen und Klima.

Der Informationsauftrag der dualen Systeme

Endverbraucher*innen sind gesetzlich verpflichtet, ihren Müll getrennt zu erfassen und ordnungsgemäß zu entsorgen. Dafür formuliert der Gesetzgeber im VerpackG auch eine **Informationspflicht** der dualen Systeme: Sie müssen die Bürger*innen regelmäßig und umfassend über die getrennte Sammlung von Verpackungsabfällen aufklären – lokal und überregional.

„Mülltrennung wirkt“ – Kommunikation für mehr Recycling

Um gemeinsam den Anforderungen des VerpackG gerecht zu werden, bündeln die dualen Systeme ihre Kompetenzen und Ressourcen in der schlagkräftigen Informations- und Aufklärungsinitiative „Mülltrennung wirkt“.

Die Idee

Die Initiative „Mülltrennung wirkt“ zeigt Verbraucher*innen in ganz Deutschland, wie richtige Mülltrennung funktioniert – und motiviert sie mitzumachen.

Das Ziel

Die Initiative „Mülltrennung wirkt“ möchte sowohl die Qualität der Verpackungsabfälle in den Gelben Tonnen und Gelben Säcken verbessern als auch die Sammelmengen steigern. Gleiches gilt für die Sammlungen von Altglas sowie von Papier, Pappe und Karton. Auf diese Weise können mehr Wertstoffe im Kreislauf gehalten werden.

Die Kernbotschaft

Mit richtiger Mülltrennung kann jede*r ganz einfach einen wirksamen Beitrag zum Schutz von Klima und Ressourcen leisten.

Die Strategie

Die Initiative setzt auf 360°-Kommunikation in Online- und Offline-Kanälen. Sie klärt auf, motiviert und aktiviert durch integrierte, zielgruppengerechte Kommunikationsmaßnahmen – verstärkt durch die Ansprache von Multiplikator*innen und Kooperationen.

Die Zielgruppen

Die Initiative richtet sich grundsätzlich an die gesamte Bevölkerung, aber auch an Multiplikator*innen und potenzielle Partner aus dem Themen- und Branchenumfeld.



Die Herausforderung

Ohne richtige Mülltrennung kein Recycling – ohne Information keine richtige Mülltrennung



Abfallmythen prägen das Meinungsbild vieler Menschen in Deutschland

Lediglich 49 Prozent der Bevölkerung vertrauen darauf, dass Verpackungen aus den Gelben Tonnen und Gelben Säcken sortiert und recycelt werden. Falsche Abfalltrennung kann die Folge sein: Etwa 30 Prozent der in den Gelben Tonnen und Gelben Säcken gesammelten Abfälle gehören dort nicht hinein. Diese Fehlwürfe erschweren oder verhindern das Recycling.



Ein Thema – viele unterschiedliche Zielgruppen

Um ihrem Informationsauftrag nachzukommen, müssen die dualen Systeme die breite Öffentlichkeit erreichen, also viele Zielgruppen mit unterschiedlichen Eigenschaften wie Alter, Lebenssituation, Interessen, Kommunikationsverhalten, Wissen über Abfalltrennung und mehr.



Abfallentsorgung – lokale Besonderheiten

Gelbe Tonne, Gelber Sack, Wertstofftonne – Sammelsysteme und Vorgaben für die Abfalltrennung vor Ort können regional unterschiedlich sein. Die Kommunikation muss aber sowohl lokal als auch überregional in ganz Deutschland funktionieren.

Sechs erfolgreiche Jahre der bundesweiten Aufklärung über richtige Mülltrennung

Eine Verbesserung der Mülltrennung, um mehr Wertstoffe im Kreislauf zu halten und dadurch mehr Ressourcen zu sparen – daran arbeitet die Initiative „Mülltrennung wirkt“. Strategie und Maßnahmen werden kontinuierlich überprüft, weiterentwickelt und erweitert. Im Jahr 2025 liegt ein besonderer **Fokus auf dem Dialog mit der Bevölkerung.**

Kommunikative Highlights setzten die im Herbst gestartete regionale Informationskampagne, die Aktion „Verein(t) fürs Klima“, die daraus entstandene Zusammenarbeit mit dem Fußballprofi Nadiem Amiri sowie ein TV-Auftritt in der Show „Experte für Alles“ und die Begleitung der Radio-TEDDY-Tour.



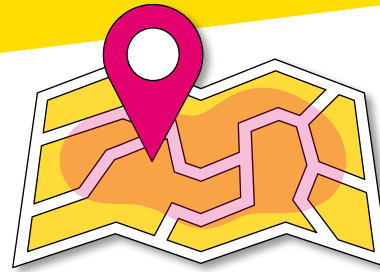
Zielgruppen

Die Kommunikation der Initiative setzt auf die Ansprache der breiten Bevölkerung sowie auf lokale Aktivierung. Besondere Akzente werden bei selektiven Zielgruppen gesetzt.



Breite Ansprache

Um alle Bevölkerungsschichten und Altersklassen zu erreichen, findet die Kommunikation über viele verschiedene Online- und Offline-Kanäle statt, z. B. Print- und Hörfunkmedien, Social-Media- und Online-Plattformen sowie Außenwerbung.



Regionaler Fokus

Ansprache mit hohem Werbedruck in ausgewählten Regionen mit schlechten Trennquoten – mit regional individualisierten Motiven, lokaler Medienansprache und Postwurfsendungen bis in die einzelnen Haushalte.



Selektive Zielgruppen

Besondere Ansprache einer jungen Zielgruppe mit Infotainment rund um Sport sowie mit Informations- und Bildungsangeboten für Familien, Kinder und Lehrkräfte.

Integrierte 360°-Kommunikation für ganz Deutschland

So vielfältig die Zielgruppe ist, so diversifiziert sind die Maßnahmen. Alle Touchpoints sind miteinander orchestriert und verstärken sich gegenseitig – aufmerksamkeitsstark im öffentlichen Raum, vertiefend im Web, dialogfähig auf Social Media und glaubwürdig durch redaktionelle Arbeit. Ergänzt durch gezielte kommunikative Highlights, die über klassische Mediakanäle hinaus aktivierende Impulse schaffen.

Breit angelegte Mediakampagne

Sorgt für Bekanntheit, regelmäßige überregionale Präsenz des Themas und erreicht neue Zielgruppen

Social Media

Interaktion und Community Management auf Instagram, TikTok, YouTube, Facebook und LinkedIn



Website

Die Website als „Herzstück“ der Initiative klärt auf, zeigt Haltung und motiviert die Nutzer*innen. Die Seite dient zudem Journalist*innen als Rechercheplattform.

PR & Pressearbeit

Versand von Servicetexten und Pressemitteilungen, Streuung von Hörfunkbeiträgen, Pressebüro als Anlaufstelle für Fragen und Interviews

Kommunikative Spitzen

Regionale Informationskampagne, Weltrecyclingtag, „Verein(t) fürs Klima“ und der TRENN-BÄR mit Radio TEDDY auf Sommertour

Bildung

Aufklärungsmaterialien und -aktionen zur Aktivierung der jüngsten Zielgruppe

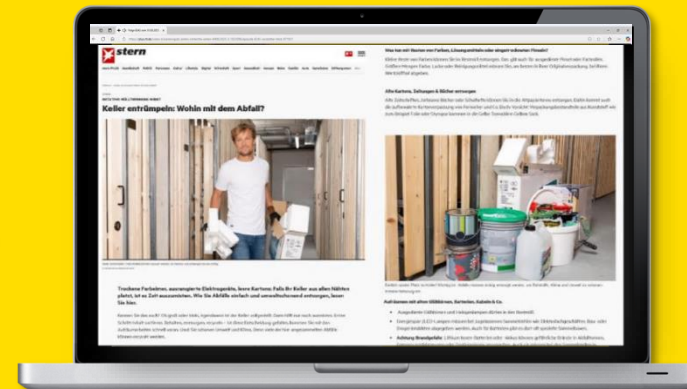
Intelligente Media-Platzierungen schaffen breite Aufmerksamkeit und zugleich eine individuelle Ansprache von Verbraucher*innen

Mehr als 88 Mio. Kontakte

Der **Mediamix 2025** setzt auf eine **gezielte, mehrstufige Ansprache über verschiedene Kanäle** hinweg.

Ganzjährig werden SEA-Kampagnen durchgeführt sowie Native Advertorials platziert.

Online-Video-Kampagnen sorgen im zweiten und vierten Quartal des Jahres für zusätzliche Sichtbarkeit.



Social Media: Mit Edutainment, Interaktion & viralen Trends die junge Zielgruppe erreichen

Mit **Edutainment** setzt die Initiative auch 2025 in den sozialen Medien auf Reichweite und Relevanz, **um unterschiedliche Zielgruppen alltagsnah und aktivierend** für richtige Mülltrennung zu erreichen.

Über Instagram, TikTok, YouTube, Facebook und LinkedIn werden Tipps und Fakten rund um richtige Mülltrennung unterhaltsam vermittelt – mit stetig wachsender Community.

Interaktive Inhalte und aktives Community Management sorgen für täglichen Austausch, greifen Fragen auf und liefern direkt die passenden Antworten.

Im Fokus stehen Projekte wie: „Verein(t) fürs Klima“, das zeigt, dass Mülltrennung ein gesamtgesellschaftliches Thema ist, die Kooperation mit Nadiem Amiri als Vorbild für sportaffine Communities sowie die Sitcom „Trashianer“ als besonders nahbares und teilbares Format.

Mehr als 54 Mio. Kontakte



Kontinuierliche Presse- und Medienarbeit und spezielle Platzierungen sorgen für hohe Reichweiten in Online und Print

Mehr als 1,54 Mrd. Kontakte

Verbraucher*innen mit relevanten Alltagsthemen & Infos erreichen

Mit 27 Pressemitteilungen, Hörfunk-Beiträgen, monatlichen Artikeln in Anzeigenblättern, PR-Gewinnspielen und Advertorials erreicht die Initiative Mülltrennung bundesweit eine hohe Medienreichweite – die Berichte sind alltagsnah, informativ und mit klarer Botschaft. Mit Daten & Fakten räumt die Initiative mit Abfallmythen und Vorurteilen auf.

Abfalltrennung für Sportler*innen & Familien

Die PR-Begleitung der Projekte „Verein(t) fürs Klima“ und „Bildung“ setzten den Fokus auf junge Zielgruppen sowie Familien und Kids. Über Pressearbeit und Advertorials wurden praktische Trenntabellen und zielgruppenspezifische Tipps für Sportler*innen und Kids verbreitet.

Mehr Impact: Unterstützung in Regionen mit vielen Fehlwürfen

Warum werden die Gelben Tonnen kontrolliert? Wie funktioniert richtige Mülltrennung? Diese und andere Fragen beantwortet ein Pressepaket, das die Initiative den Gemeinsamen Vertretern in den „Potenzialgebieten“ für ihre individuelle Pressearbeit zur Verfügung stellt.



Potenzialgebiete entdecken – Gemeinsam Impact erzeugen

Im September startet die Initiative „Mülltrennung wirkt“ eine **neue regionale Informationskampagne**.

Die Initiative ergänzt damit ihre bundesweite Aufklärungsarbeit insbesondere in Regionen, in denen überdurchschnittlich viele Abfälle falsch in die Gelbe Tonne oder den Gelben Sack entsorgt werden.



Ziel ist es, Bürger*innen vor Ort zu motivieren, Verpackungsabfälle richtig zu trennen – und damit sowohl die **Sammelmenge als auch die Sammelqualität** in den Gelben Tonnen und Gelben Säcken **zu verbessern**.

Die regionale Kampagne bringt **Tipps** zur richtigen Abfalltrennung **direkt in den Alltag der Menschen** – im öffentlichen Raum, digital und zu Hause.

Alle Maßnahmen sind regionalisiert, so entsteht ein direkter Bezug zur Lebenswelt der Menschen und eine Identifikation mit dem Thema.

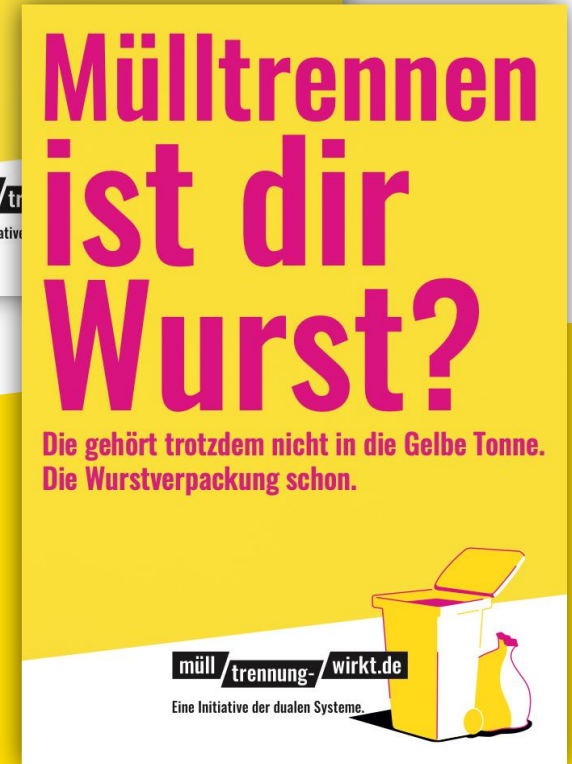
Regionalisierte & nahbare Claims als zentrales Element

„Vielleicht ist es den Menschen tatsächlich oft auch einfach egal, wo ihr Müll landet. Weil sie denken, Mülltrennen bringt doch sowieso nix.“

Wir sagen: Das ist nicht richtig. Und es ist auch nicht in Ordnung, wenn man nicht mitmacht. Das zeigen wir ganz **plakativ, aber nicht belehrend**. Mit humorvollen Headlines aus dem alltäglichen Sprachgebrauch.

Die **Botschaften** knüpfen an reale Situationen an und **erreichen Menschen in ihrer persönlichen Umgebung**.

Es wird klar kommuniziert:
Leere Verpackungen gehören in die Gelbe Tonne.



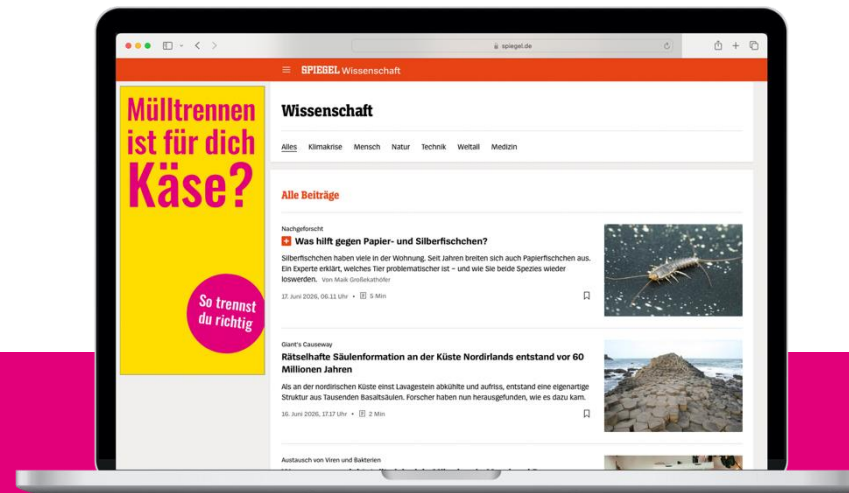
Die Kampagne setzt auf einen breiten Mediamix

4.464 **Großflächen** - zusätzlich über 2.250 **CLPs**, **Megalights** und **Verkehrsmedien** sorgen für über 130 Mio. Kontakte in den Impact Regionen.

Online Banner sorgen für über 30 Mio. Impressions und QR-Codes auf **Print Materialien** verlinken auf die eigene **Landingpage** – sie erzeugen über 24.000 Aufrufe innerhalb eines Monats.

Mit **Flyern** und **regionalen Wochenblättern** bringen wir die Kampagne in über 1,4 Mio. Haushalte. Die integrierten Trenntabellen bieten klare Orientierung und sorgen für nachhaltige Aufklärung.

Mehr als 200 Mio. Kontakte



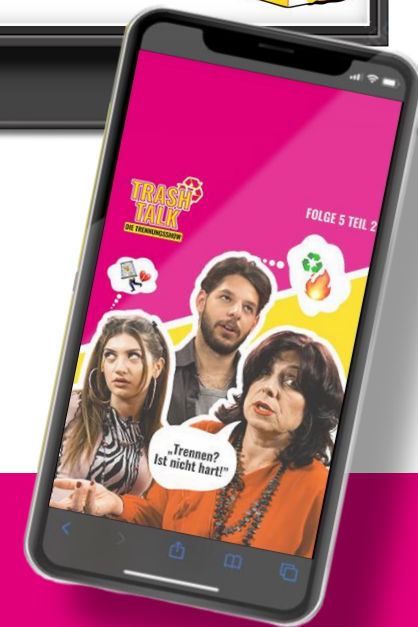
Die Kampagne setzt auf einen breiten Mediamix

Mehr als 200 Mio. Kontakte

Mit dem **Social-Media-Format "Trash Talk"** erreicht die Initiative über 14,7 Mio. User*innen. Das Format zeigt, dass Nachhaltigkeit funktioniert, wenn man die Menschen richtig unterhält.

Im **Radio** werden über 17 Sender 20,1 Mio. Hörer pro Stunde mit **Infomercials und O-Tönen** unseres Sprechers Axel Subklew erreicht.

„Deshalb informieren wir im Moment zum Beispiel die Haushalte im Landkreis ganz gezielt ...“



Bildungsangebote der Initiative „Mülltrennung wirkt“

Der **TRENN-BÄR** als Held und Identifikationsfigur: Die Bildungsangebote von „Mülltrennung wirkt“ vermitteln spielerisch und kindgerecht Wissen über Mülltrennung und Recycling – direkt an die jüngsten Zielgruppen.

Dafür stehen vielfältige Materialien zur Verfügung: Die TRENN-BÄR-Boxen für Kitas enthalten altersgerechte Übungen und Arbeitsblätter für kleine Umweltschützer*innen. Für Grundschüler*innen gibt es das unterhaltsame TRENN-BÄR-Magazin, ergänzt durch zahlreiche kostenlose Materialien zum Download auf der Website.



17.016 Abfragen von
Bildungsmaterialien

Im Jahr 2025 wurden die Materialien stark nachgefragt:

810 Bestellungen
TRENN-BÄR-Boxen für Kindergärten

53 Bestellungen
TRENN-BÄR-Boxen für Abfallberatungen

336 Bestellungen
TRENN-BÄR-Magazine für Grundschulen

22 Bestellungen
TRENN-BÄR-Kostüme

Über **15.000** Downloads
Bildungsmaterialien auf der Website

Erweiterung des Bildungsangebots und Bekanntmachung

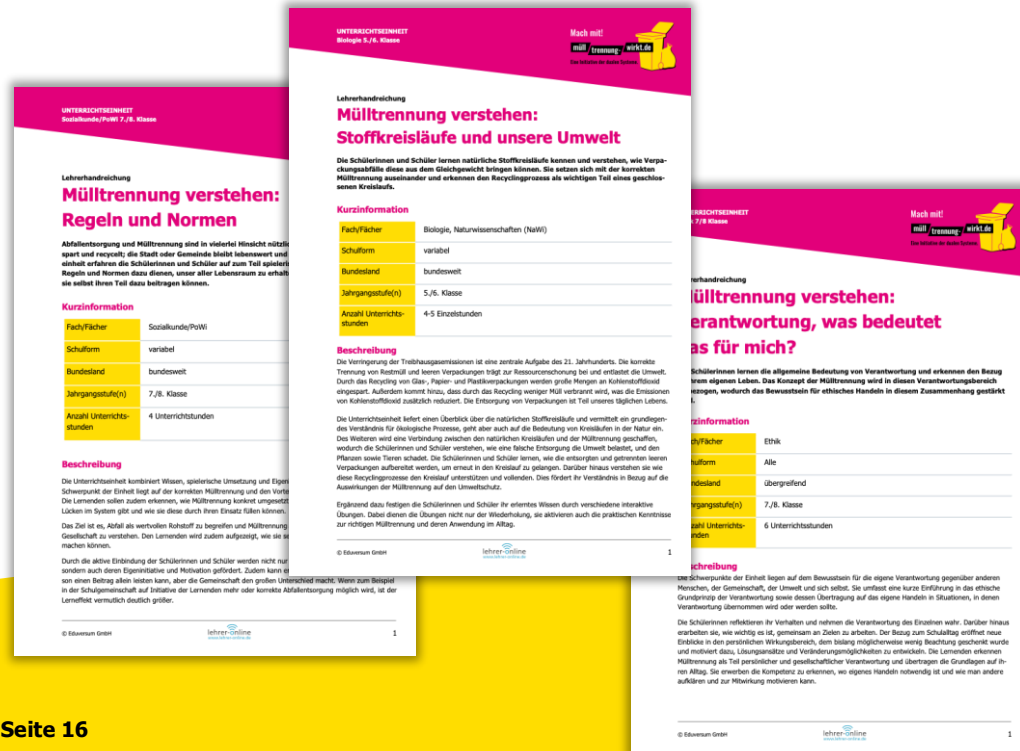
Entwicklung neuer Unterrichtsmaterialien

Für die weiterführenden Schulen werden zusätzliche Unterrichtsmaterialien entwickelt, die in den Fächern Biologie, Ethik und Sozialkunde eingesetzt werden können.

Neue Zielgruppen und Medienumfelder bedienen:

Auf der Radio-TEDDY-Tour tritt die Initiative in den direkten Austausch mit unserer jungen Zielgruppe.

Ergänzend werden Schulen und Lehrkräfte durch gezielte Ansprache und Social-Media-Maßnahmen auf die Angebote aufmerksam gemacht.



Der Weg zum Erfolg: alle einbeziehen, vielseitig aufklären und Neues wagen

Die dualen Systeme sprechen mit ihrer Initiative „Mülltrennung wirkt“ die breite Masse in ganz Deutschland an.

Mit den umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen in den Bereichen Media, PR, Social Media und einer regionalen Informationskampagne werden im Jahr 2025 insgesamt mehr als 1,8 Milliarden Kontakte erzielt.

Ein breites Themenspektrum, die Nutzung zielgruppengerechter Kanäle sowie die Zusammenarbeit mit zahlreichen Multiplikator*innen stellen sicher, dass Zielgruppen jeden Alters und in unterschiedlichen Lebenssituationen erreicht werden.



Denn nur wenn alle mitmachen und ihren Abfall richtig trennen, kann das Klima geschützt und können wertvolle Rohstoffe in den Kreislauf zurückgeführt werden.

Impressum

Kontakt

Axel Subklew | Sprecher der Initiative „Mülltrennung wirkt“

Siegburger Straße 223, 50679 Köln
Telefon: +49 (0)2203 50 26 414
Mobil: +49 (0)178 24 46 547
subklew@muelltrennung-wirkt.de

Pressebüro „Mülltrennung wirkt“

c/o Maria Marberg
Mobil: +49 (0)175 59 64 229
presse@muelltrennung-wirkt.de

Herausgeber

Die folgenden dualen Systeme

- BellandVision GmbH (bellandvision.de)
- Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH (gruener-punkt.de)
- EKO-PUNKT GmbH & Co. KG (eko-punkt.de)
- Interzero Recycling Alliance GmbH (interzero.de)
- Landbell AG für Rückhol-Systeme (landbell.de)
- Noventiz Dual GmbH (noventiz.de)
- PreZero Dual GmbH (prezero.com)
- Reclay Systems GmbH (reclay-group.com)
- Recycling Dual GmbH (recycling-dual.de)
- Zentek GmbH & Co. KG (zentek.de)

Mehr Infos

muelltrennung-wirkt.de



Konzept

Die dualen Systeme

Text & Gestaltung

capacity GmbH Köln,
Maria Marberg Hamburg

Bildnachweise

Initiative „Mülltrennung wirkt“/Holger Martens (S. 2), Adobe Stock/ansyan (S. 4), Adobe Stock/Katarzyna Bialasiewicz Photographee.eu (S. 4), Initiative „Mülltrennung wirkt“/Marcella Merk (S. 4), Initiative „Mülltrennung wirkt“/IR MediaAd GmbH (S.17)

Stand

Oktober 2026