

„Jede und jeder Einzelne kann zu weniger Müll beitragen“

Exklusiv-Interview mit RECUP



Leicht zu erkennen: der türkisfarbene Mehrwegbecher. Quelle: RECUP

RECUP ist das beliebteste Pfandsystem in der Gastronomie. Der Münchner Anbieter von Mehrwegbechern und Mehrwegschaalen hat eine Marktlücke zum Geschäftsmodell gemacht. Mit Erfolg. Davon profitieren nicht nur Konsument:innen, sondern auch das Klima, denn: Mehrweg schont Ressourcen und reduziert CO₂-Emissionen. Im Gespräch verrät RECUP, wie es gelang, von 25 Pilotstellen auf 21.000 Ausgabestellen zu kommen, warum IKEA mit ihnen arbeitet, und welche Frage sie sich jeden Tag stellen.

Wie lautet eure Erfolgsgeschichte?

RECUP wurde 2016 von Fabian Eckert und Florian Pachaly gegründet, die bis heute Geschäftsführer sind. Die zwei sind über eine ähnliche Idee für ein Pfandsystem von Coffee-To-Go-Bechern zusammengekommen und haben einen Prototyp entwickelt. Der erste

Becher steht sogar noch im Büro! Im Nachhinein ist der nicht so richtig hübsch, aber er wurde ja weiterentwickelt (lacht). Es gab zuerst ein Pilotprojekt in Rosenheim, da kommt Florian her, mit 25 Ausgabestellen. Dann ging es weiter in München mit 50 Partnern – und so ging die Erfolgsstory los.

Das ist sieben Jahre her, was ist seither passiert?

Am Anfang war das Team noch klein, jetzt sind wir 90 Personen und haben rund 21.000 Aus- und Rückgabestellen. Wir wurden vom Blauen Engel zertifiziert und wir haben unser Produktportfolio erweitert. Es gibt RECUPs in vier Größen und seit 2020 auch die REBOWL-Schalen. Wir fanden, dass es sinnvoll ist, auch den Deckel für die Becher zu bepfanden, was hygienehalber in der Entwicklung erstmal schwierig war, aber was uns dann auch gelungen ist.

Wie ist diese enorme Marktabdeckung von 50 zu 21.000 Ausgabestellen gelungen?

Wir haben von vornherein unsere Marke mit einem hohen Wiedererkennungswert aufgebaut, mit den gleichen Farben und einer aufmerksamkeitsstarken Bildwelt, die Genuss vermittelt, weil es ja um Essen und Trinken geht. Wir haben ein Brand Manual unserer Brand Managerin Johanna. Sie war von Anfang an dabei und hat es mit den Jahren weiterentwickelt.

Ein gelungenes Branding. Welche Rolle spielen dabei Marketing und Vertrieb?

Es gab einen starken strategischen Markenaufbau mit sehr viel Herzblut und Energie, die reingeflossen sind. Das Marketing gehört dabei mit dazu, aber auch, dass Fabian und Florian die Glücklichen waren, das als Erste in Deutschland zu starten. Dadurch waren wir immer einen Schritt voraus. Und weil wir die bekanntesten und größten sind, entscheiden sich Partner für uns, weil das Netz schon sehr groß ist und wir flächendeckend verteilt sind.



Die Gründer Florian und Fabian mit den ersten RECUP-Bechern von 2016. Quelle: RECUP

War das von Anfang an eure Strategie?

Unser System basiert auf der Idee von Flaschenpfand. Das heißt auch: Je mehr Aus- und Rückgabestellen es gibt, auch im ländlichen Raum, desto einfacher ist es. Man muss es möglichst unkompliziert für die Endkunden machen. Einen Coffee-To-Go benutzt man 15 Minuten, danach wollen sich die Kunden nicht mehr darum kümmern. Ein Einwegbecher wird dann weggeworfen. Aber wenn man einen RECUP-Becher an jeder

Ecke gleich wieder zurückgeben kann, dann ist das attraktiver.

Wir sprachen gerade schon von den Ausgabestellen beziehungsweise Partnern: Arbeitet ihr lieber mit großen zusammen oder mit kleinen?

Für uns zählt jede Aus- und Rückgabestelle, die sich anschließt. Jeder Becher kann 1000 Einwegbecher einsparen. Darum sind die kleinen so wichtig wie die großen. Klar, Burgerking und IKEA sind ein Supererfolg und haben großen Impact. Das hilft uns natürlich weiter, nichtdestotrotz ist jedes eigentümergeführte Restaurant oder Café auch wichtig für unsere Mission, Einweg überflüssig zu machen.

Wie stellt ihr euch die Zukunft von RECUP vor, geht ihr international?

Der Fokus ist dieses Jahr auf den Ausbau in Deutschland gerichtet. Seit 01.01. haben wir die Mehrwegpflicht. Das hat sehr stark zu unserem Wachstum beigetragen, aber trotzdem gibt es viele Gastronomien, die noch immer kein Mehrweggeschirr anbieten. Darauf konzentrieren wir uns und auch auf den Ausbau im ländlichen Raum. In großen Städten haben wir Partner an jeder Ecke, im ländlichen Raum bauen wir das gerade weiter aus.

Eure Becher sind aus Polypropylen. Könnte man sie auch aus PET herstellen? Dessen Granulat lässt sich besser wiederverwerten.

Es gibt immer wieder Überlegungen für ein anderes Material, zum Beispiel Glas oder Alu. Klar, es ist Kunststoff, aber nach dem aktuellen Stand der Wissenschaft ist Polypropylen aktuell die beste Lösung für unseren Bedarf. Es ist leicht, bruchstark, langlebig, geschmacksneutral, hygienisch einwandfrei und hundertprozentig recyclebar. Es kann, wie vorhin schon gesagt, 1000 Mal benutzt und gespült werden.

Wie kann man Endkunden und -kundinnen dazu animieren, sich verantwortlich zu fühlen?

Das ist eine Frage, die wir uns jeden Tag stellen. Wir versuchen, viel Aufklärung bei Umweltthemen zu leisten. Durch Verpackung entsteht sehr viel Müll, 190.000 Tonnen Abfall

jährlich durch Einwegverpackungen wie Essensboxen, Wegwerteller oder für Getränke – die Zahlen sind von der Deutschen Umwelthilfe. In jeder Stadt sieht man immer wieder überquellende Mülleimer und man hat das Gefühl, dass sich die Konsumentinnen und Konsumenten ihrer Verantwortung nicht bewusst sind. Aber zum einen muss da in der Politik und Gesetzgebung noch viel passieren, damit weniger Müll entsteht. Und zum anderen kann jede und jeder Einzelne individuell dazu beitragen. Wenn jemand nicht weiß, wo anfangen, da ist so ein RECUP-Becher supereasy, um im Alltag nachhaltiger zu agieren.

SQS Deutschland GmbH dankt RECUP für das schöne Interview und wünscht weiterhin viel Erfolg!