

# Rücknahme und Recycling von Schuhen



Landeshauptstadt  
München  
Referat für Arbeit  
und Wirtschaft

## Problemstellung



## Projektaktivitäten



## Ergebnisse

**24 Mrd. Schuhe** werden jährlich weltweit produziert.

**<1%** der Schuhe wird **recycelt**.

**Unklare Rolle des Handels** für die Rücknahme und das Recycling von Schuhen.

**Test der Rolle des Handels** in der Rücknahme gebrauchter Schuhe, inkl. weitreichendes Kommunikationskonzept, Kundenincentivierung.

**Test des Engagements der Kund:innen** in bei der Rückgabe gebrauchter Schuhe.

**Recycling** der gesammelten Schuhe.

Sammlung von **ca. 800 Paar Schuhen** in einer Filiale innerhalb von 2 Monaten.

**Reduktion von 822kg CO2** durch das Recycling von 403 kg Material.

**Skalierung des Piloten durch Tretter** auf alle 30 Filialen für vorerst unbestimmte Zeit.

**Blaupause** für die Rücknahme gebrauchter Schuhe im Handel.



## Impact für München

Das Projekt stärkt München als Vorreiter für zirkuläre Lösungen und Geschäftsmodelle. Es unterstützt das Recycling von Schuhen und sensibilisiert Bürger:innen für die Kreislaufwirtschaft.

SCHUHE FÜR MÜNCHEN  
**TRETTER**

**FASTFEET GRINDED**  
frontrunner in circular footwear  
PART OF HELIG GROUP



# Rücknahme und Recycling von Schuhen: Lessons Learnt



Landeshauptstadt  
München  
Referat für Arbeit  
und Wirtschaft

## KERNFRAGE

**Kann der stationäre Handel eine relevante Rolle in der Rücknahme gebrauchter Schuhe spielen?**

Ja, der stationäre Handel kann eine relevante Rolle in der Rücknahme gebrauchter Schuhe spielen. Voraussetzung ist eine effektive Kundenkommunikation sowie Incentivierung, z.B. über einen Rabatt.

### Vorteile für den Handel:

Sichtbarkeit, Reputation und Umsatz,  
Differenzierung vom Onlinehandel

### Vorteile für die Stadt:

Belebung der Innenstädte

### Vorteile für die Umwelt:

Reduktion von Emissionen und  
Materialeinsatz

## Erfolgsfaktoren

Umfassendes Kommunikationskonzept inkl.  
Werbung auf Social Media und Pressearbeit

Intensive Pressearbeit, angesprochen durch  
neutrale Stellen

Proaktive, einfache und transparente  
Kundenkommunikation

Kredibilität durch Einbezug des Logos der  
Landeshauptstadt München

Incentivierung der Kundschaft, z.B. durch  
Rabattgutschein

Persönliche Interaktion mit der Kundschaft  
z.B. durch Rücknahme an der Kasse

Vernetzung relevanter Akteure durch das  
ZWIH (z.B. Handel und Recycler)

Rückendeckung der Geschäftsleitung

Klare Verantwortlichkeiten innerhalb des  
Teams und gutes Projektmanagement