

Forschungsprojekt des Schweizer Kompetenzzentrums gegen Littering IGSU

## **«Grosse Schweizer Littering-Studie»: Ein Drittel weniger Littering dank gezielter Massnahmen**

**Anti-Littering-Massnahmen zeigen Wirkung – und das deutlich: Sie reduzieren das Littering in Picknick- und Freizeitzone um rund ein Drittel, wie die Ergebnisse der ersten Feldexperimente der «Grossen Schweizer Littering-Studie» zeigen. Insbesondere Massnahmen direkt vor Ort wie auffällige Abfallkübel verhindern Littering sofort. Auch Sensibilisierungsmassnahmen wie Plakate zeigen Erfolg. Am stärksten wirkt jedoch die Kombination von beiden Massnahmentypen.**

In der mehrjährigen «Grossen Schweizer Littering-Studie» geht das Schweizer Kompetenzzentrum gegen Littering IGSU gemeinsam mit der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW der Frage nach, welche Massnahmen am besten gegen Littering wirken. «Das Engagement von Schweizer Städten und Gemeinden in Bezug auf Littering ist gross», weiss IGSU-Geschäftsleiterin Nora Steimer. «Allerdings fehlten bisher die Ressourcen, um die Wirkung verschiedener Massnahmen objektiv zu messen. Mit unseren Feldexperimenten wollen wir den Städten und Gemeinden ein Hilfsmittel liefern, das ihnen aufzeigt, wann wo welche Massnahmen wirkungsvoll und effizient eingesetzt werden können.» Im Sommer 2025 wurde mit «Picknick- und Freizeitzone» das erste von insgesamt drei Settings unter die Lupe genommen: Während zehn Wochen wurden auf 26 öffentlichen Plätzen in neun Städten und Gemeinden der Deutsch- und Westschweiz verschiedene Anti-Littering-Massnahmen getestet. Teilgenommen haben Bern, Chavannes-près-Renens, Genf, Luzern, Olten, Regensdorf, Romanshorn, Yverdon-les-Bains und Zürich. Die Ergebnisse dieses ersten Feldexperiments wecken Hoffnung: Die eingesetzten Massnahmen reduzierten das Littering in Picknick- und Freizeitzone um rund ein Drittel. Dieser positive Effekt hielt sogar noch zwei Wochen nach dem Abbau der Massnahmen an.

### **Situationsspezifische Massnahmen wirken besonders gut**

Die Anti-Littering-Massnahmen wurden in situationsspezifische Massnahmen und Sensibilisierungsmassnahmen unterschieden. Situationsspezifische Massnahmen wie Recyclingstationen, witzige Sprüche auf Abfallkübeln oder auffällige Pfeile, die auf Abfallkübel hinweisen, beeinflussen das Verhalten der Menschen im Moment der Entsorgungsentscheidung. Sensibilisierungsmassnahmen wie informative Plakate oder persönliche Sensibilisierungsgespräche stärken hingegen das Problembewusstsein der Menschen ganz allgemein und beeinflussen deren Einstellung langfristig.

Die ersten Feldexperimente machen deutlich: Die grösste Wirkung zeigten situationsspezifische Massnahmen. Besonders effektiv waren auffällige Pfeile neben Abfallkübeln oder Abfallkübel mit witzigen Sprüchen, Recyclingstationen mit der Möglichkeit, PET, Alu oder Restmüll zu trennen, und Abfallkübel mit Gamification-Elementen. Bei Letzteren konnten Menschen ihren Abfall einwerfen und gleichzeitig für ihren Favoriten stimmen: «Welches Tier magst du lieber?», steht beispielsweise auf einem Plakat, während der Abfall entweder bei «Hund» oder «Katze» eingeworfen werden kann. Diese Massnahmen führten zu einer Littering-Reduktion um 31 bis 38 Prozent.

### **Kombination der zwei Massnahmentypen besonders erfolgversprechend**

Auch Sensibilisierungsmassnahmen wirkten zuverlässig, jedoch etwas weniger stark als situationsspezifische Massnahmen: Die Plakate und der Einsatz von persönlichen Sensibilisierungsgesprächen, die im Rahmen der Feldexperimente von den IGSU-Botschafter-Teams durchgeführt wurden, senkten das Littering um 26 bis 32 Prozent. Am wirksamsten war jedoch eine Kombination aus beiden Massnahmentypen: Der gleichzeitige Einsatz von persönlichen Sensibilisierungsgesprächen und Abfallkübeln mit witzigen Sprüchen führte zu einer Littering-Reduktion von 49 Prozent. Das lässt darauf schliessen, dass sich die Wirkung bei einer Kombination der beiden Massnahmentypen verstärkt.

«Gemeinsam mit Städten, Gemeinden und Schulen setzen wir seit vielen Jahren sowohl auf situationsspezifische als auch auf sensibilisierende Massnahmen. Nun wissen wir, dass beide Massnahmentypen zu einer deutlichen Reduktion von Littering führen», freut sich Nora Steimer. «Auf dieser Grundlage können wir in Zukunft unsere Massnahmen in Picknick- und Freizeitzone optimal planen, damit wir dem Littering effektiv und effizient entgegenwirken können.» Im Jahr 2026 werden weitere Feldexperimente durchgeführt, diesmal in «Verpflegungszonen rund um Take-Aways». 2027 sind Experimente entlang von «Überlandstrassen» geplant.

**Weitere Informationen zu dieser und weiteren Studien finden Sie hier:** [www.igsu.ch/forschung](http://www.igsu.ch/forschung)

**Benötigen Sie für einen Bericht oder ein Quote zu Littering-Studie oder haben eine Frage zum Thema? Expert\*innen von IGSU und FHNW stehen Ihnen gern zur Verfügung.**

### **Medienkontakt**

- Nora Steimer, IGSU-Geschäftsleiterin, 043 500 19 91, 076 406 13 86, [medien@igsu.ch](mailto:medien@igsu.ch)
- Prof. Dr. Nina Tobler, Professorin für Wirtschaftspsychologie an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW, [nina.tobler@fhnw.ch](mailto:nina.tobler@fhnw.ch)

### **IGSU – Schweizer Kompetenzzentrum gegen Littering**

Die IGSU ist das Schweizer Kompetenzzentrum gegen Littering und setzt sich seit 2007 national mit präventiven Sensibilisierungsmassnahmen für eine saubere Umwelt ein. Eine der bekanntesten Massnahmen ist der nationale IGSU Clean-Up-Day, der dieses Jahr am 18. und 19. September 2026 stattfinden wird. Die Trägerschaft der IGSU bilden die IGORA-Genossenschaft für Aluminium-Recycling, PET-Recycling Schweiz, VetroSwiss, 20Minuten, McDonald's Schweiz, Migros, Coop, Valora, Feldschlösschen, Coca-Cola Schweiz und International Chewing Gum Association. Diese engagieren sich daneben auch mit eigenen Aktivitäten gegen Littering und stellen beispielsweise zusätzliche Abfallkübel auf, führen regelmässige Aufräumdouren rund um ihre Filialen durch oder organisieren Clean-Up-Aktionen mit der Bevölkerung.

## **Zitate aus teilnehmenden Städten**

### **Valerio Mascio, Leiter Stadtteile, Infra Reinigung, Stadt Bern**

«Die Stadt Bern interessiert sich für Initiativen wie die «Grosse Schweizer Littering-Studie», weil wir es wichtig finden, die Bevölkerung für das Thema Littering zu sensibilisieren. Wir haben den Eindruck, dass die Massnahmen in den Feldstudien gut angekommen sind, die meisten Passantinnen und Passanten haben sich an die Empfehlungen zur Abfallentsorgung gehalten. Wir gehen davon aus, dass die Massnahmen noch bessere Wirkung zeigen werden, wenn sie regelmässig durchgeführt werden.»

### **René Wernli, Leiter Werkhof, Stadt Olten**

«Die Stadt Olten gibt jährlich rund 60'000 Franken für Anti-Littering-Kampagnen aus. Deshalb werden wir öfters gefragt, ob diese denn auch wirken. Wir hoffen, mit dieser Studie solche Fragen fundiert beantworten zu können. Nicht nur die Bevölkerung hat positiv auf die Massnahmen reagiert, auch das Reinigungspersonal hat die Feldstudie unterstützt, da die Erkenntnisse schliesslich auch ihre tägliche Arbeit erleichtern werden.»

### **Ursula Bernhardt, Stadträtin Ressort Energie und Umwelt, Stadt Romanshorn**

«Im Rahmen der Feldstudie wurden wir wiederholt von Passantinnen und Passanten angesprochen, was zeigt, dass die Massnahmen wahrgenommen wurden und sensibilisieren konnten. Die Rückmeldungen waren überwiegend positiv. Gleichzeitig gab es auch kritische Stimmen, die einzelne Elemente als übertrieben oder optisch unschön empfanden. Das zeigt: Die Interventionen sind aufgefallen und haben Diskussionen ausgelöst. Wir sind zuversichtlich, dass die Studie einen bewussteren Umgang mit Ressourcen und der Umwelt fördern und so langfristig zu weniger Littering führen.»

### **Clivia Lugt, Projektleiterin, Stadt Yverdon-les-Bains**

«Diese Feldstudie hat uns gezeigt, dass sichtbare und originelle Massnahmen die Nutzung von Abfallkübeln fördern können. Sie hat zudem deutlich gemacht, wie wichtig eine klare Kommunikation über die Funktionsweise der getroffenen Massnahmen ist, insbesondere wenn diese von den üblichen Entsorgungsgewohnheiten abweichen. Sinn und Zweck der «Abstimmungskübel» wurden beispielsweise nicht immer klar verstanden. Wir erhoffen uns, dass die Studie dazu beiträgt, die Wirksamkeit von Massnahmen zu bewerten und zukünftige Massnahmen der Stadt zu verbessern.»

### **Michael Ultsch, Leiter Stadtreinigung, Stadt Zürich**

«Das Feldexperiment ist eine gute Gelegenheit, um neue Erkenntnisse für künftige Massnahmen gegen Littering zu gewinnen – so zum Beispiel, dass die öffentliche Hand immer wieder neue Massnahmen gegen Littering erfinden muss, weil sich bislang jede Aktion mit der Zeit abgenutzt hat. Für das Reinigungspersonal stellt ein solches Feldexperiment zwar einen Mehraufwand und eine Abweichung von der Arbeitsroutine dar. Unsere Mitarbeitenden haben «ihre» Stadt aber gerne sauber. Wie die Bevölkerung stören sich auch die Mitarbeitenden an herumliegenden Abfällen und helfen gerne bei Massnahmen gegen Littering mit.»