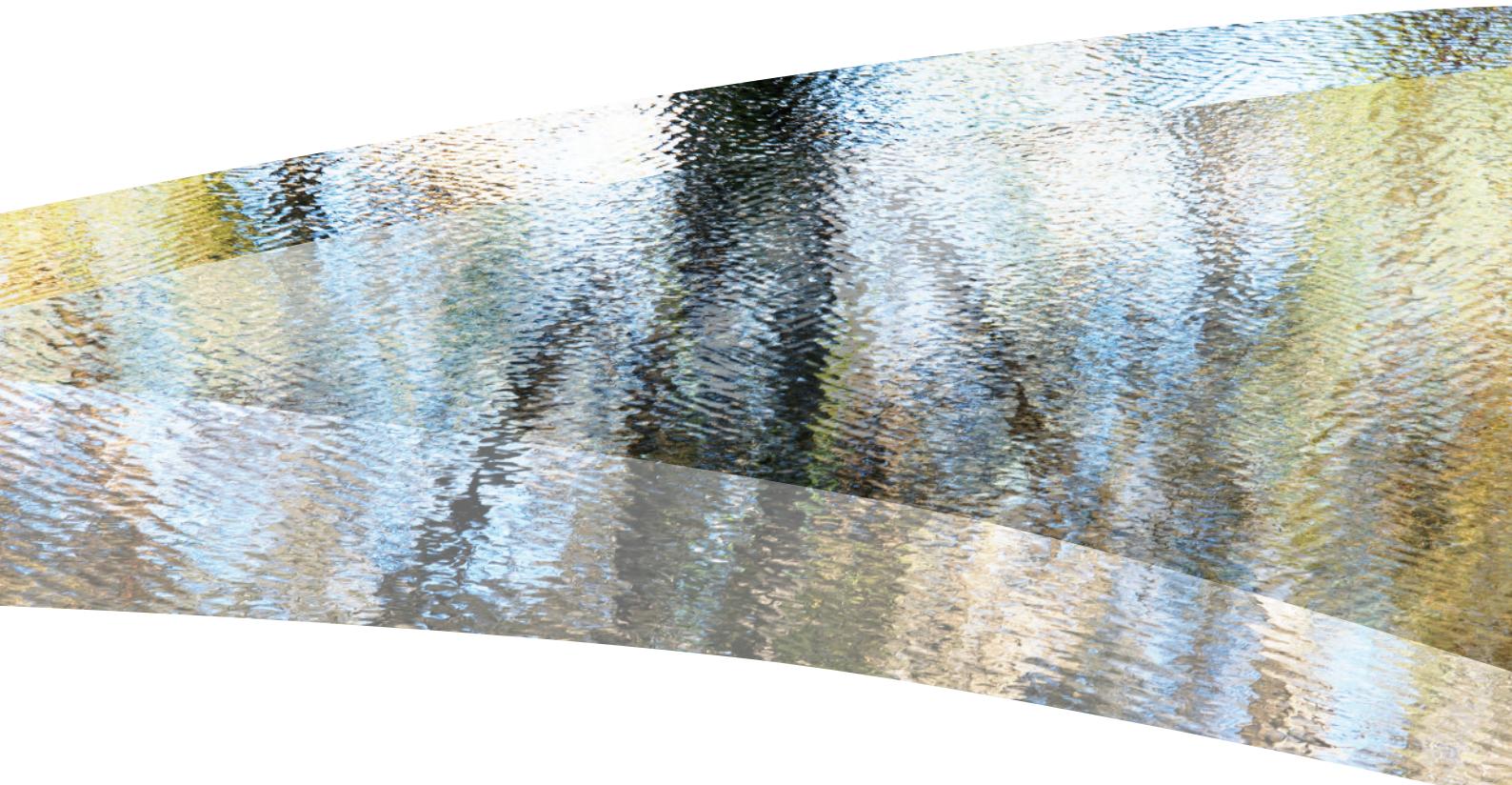


NACHHALTIGKEITSAGENDA FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN
UMSETZUNGSBERICHT ZUR ZUSATZVEREINBARUNG

JUNI 2017



VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

2

GEMEINSAM ERFOLGREICH

VORWORT

4

STABILES NIVEAU

GETRÄNKE & GEBINDE

8

NACHHALTIGES ANGEBOT

MASSNAHMEN ZUR MEHRWEGFÖRDERUNG

14

INNOVATIVES HANDELN

ÖKOLOGISCHE PERFORMANCE VON EINWEGGEBINDEN

20

REINWERFEN STATT WEGWERFEN

ANTI-LITTERING

24

KLARER STANDPUNKT

SICHERHEIT UND QUALITÄT

28

DIE ARBEITSGEMEINSCHAFT

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER NACHHALTIGKEITSAGENDA
FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN

29

ANHANG

ZUSATZVEREINBARUNG 2011

IMPRESSUM

GEMEINSAM ERFOLGREICH

VORWORT

Gemeinsam erfolgreich – so könnte man den Grundgedanken, aber auch den Output – der 2011 von den österreichischen Sozialpartnern im Auftrag des Parlaments entwickelten Zusatzvereinbarung der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen kurz und prägnant beschreiben. Das nachhaltige Erfolgsprojekt – auf Basis einer freiwilligen Selbstverpflichtung – gilt im europäischen Kontext mittlerweile als Best-Practice-Beispiel und umfasst im Wesentlichen drei große Maßnahmenbündel, die von Industrie, Handel sowie den Sammel- und Verwertungssystemen gleichermaßen getragen werden: die Attraktivierung des Mehrwegangebotes, die Erhöhung der Recyclingquoten von Metalldosen und PET-Flaschen sowie bewusstseinsbildende Maßnahmen zur Bekämpfung des achtlosen Wegwerfens von Müll in öffentlichen Räumen und der Natur.

Der Bericht gibt für den Beobachtungszeitraum 2016 Aufschluss über erfolgreich umgesetzte Maßnahmen und Aktionen im Sinne einer nachhaltigen Getränkewirtschaft.

Der Handel erweiterte 2016 das Mehrwegangebot, welches in ganz Österreich das Sortiment an Getränkeverpackungen durchzieht. Möglich wird dies durch stetige Weiterentwicklung sowie Innovationsstreben der Industrie in Bezug auf neue Mehrweggebinde. Beiden ist zudem eine kontinuierliche Bewerbung und Platzierung ihrer nachhaltigen

Getränkeverpackungen in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gemein. Die heimischen Sammel- und Verwertungssysteme wiederum garantieren flächendeckendes Recycling und investieren regelmäßig in die dafür notwendige Infrastruktur. Vielfältige, kreative Aktivitäten und Initiativen zur Bewusstseinsbildung von Verbrauchern runden das Maßnahmenbündel ab.

Für den Beobachtungszeitraum 2016 konnte wiederum eine Mehrwegquote von 22,0 % erreicht werden. Dies ist eine Bestätigung des 2011 eingeleiteten Trends und kann auf das erfolgreiche Ineinandergreifen aller getätigten Maßnahmen der unterschiedlichen Stakeholder zurückgeführt werden. Basis für diese gelungene Kooperation ist dabei ein regelmäßiger Austausch sowie ein konstruktiver Dialog der Beteiligten.

Die Evaluierung der Sozialpartner hat die positiven Ergebnisse bestätigt. Wir möchten auch in den kommenden Jahren diesen erfolgreichen Weg fortsetzen.

Univ. Doz. Dr. Stephan Schwarzer

Obmann der Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda

Juni 2017



STABILES NIVEAU

GETRÄNKE & GEBINDE

Erfreulicherweise konnte im Beobachtungszeitraum 2016 durch die Umsetzung der in der Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda vorgegebenen Maßnahmen die Mehrwegquote weiter auf stabilem Niveau gehalten werden. Im Jahr 2016 resultierte diese mit 22,0 %, der beständige Trend der vergangene sechs Jahre wurde weiter beibehalten (siehe Abb. 1).

Auch in Zukunft soll ohne finanzielle oder administrative Belastung bzw. etwaige aufwändige Systemumstellung sichergestellt werden, dass jeder Konsument in Österreich die für seinen jeweiligen Konsumanlass gewünschte Gebindeform erhält.

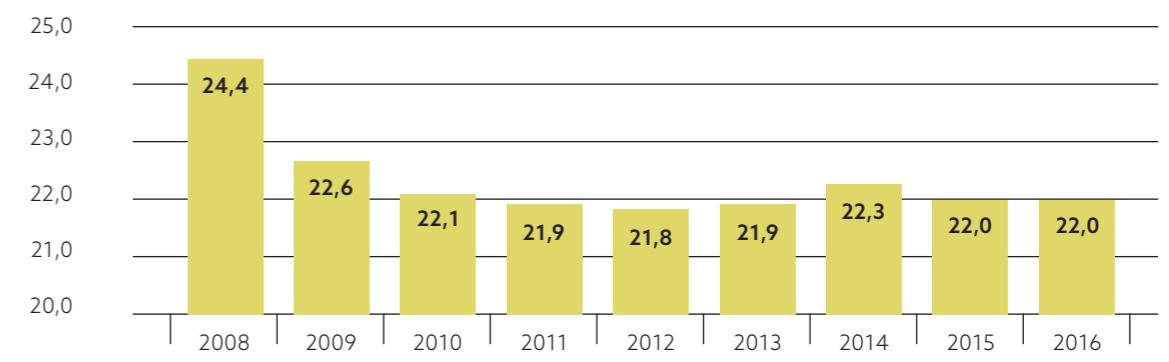
Und natürlich hat die österreichische Getränkewirtschaft das in der „Sozialpartnerempfehlung Mehrweg“* festgehaltene Ziel eines Mehrweggebindeanteils von 22,1 % fest im Blick.

An dieser Stelle soll darauf hingewiesen werden, dass es sich hierbei um eine „künstlich streng“ berechnete bzw. definierte Quote handelt, da hier die klassischen Mehrweggebinde „Fass“ und „Container“ nicht in die Berechnung einbezogen wurden.

Vor allem das klassische Mehrweggebinde „Fass“ ist seit Jahren rückläufig, darüber informiert Abbildung 2. Wie ersichtlich verlor das Gebinde – bezogen auf den Ausgangswert von 2008 (334 Mio. l = 100 %) rund 13,8 % bzw. 49 Mio. l bis zum Jahr 2016.

Werden demnach die Gebinde „Fass“ und „Container“ in die Berechnung inkludiert, ergibt sich ein leichter Rückgang der Mehrwegquote um 0,7 % bzw. ein aktueller Wert für den Beobachtungszeitraum 2016 von 28,5 % (vgl. Abb. 3).

ABBILDUNG 1 MEHRWEG – OHNE MILCH UND SODA – OHNE FASS UND CONTAINER [%]



* Die Sozialpartnerempfehlung Mehrweg und ihre Evaluierung sind unter https://wien.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/umweltundverkehr/umwelt/abfall/Massnahmenpaket_fuer_Mehrweg.html bzw. <http://www.sozialpartner.at/wp-content/uploads/2017/04/Evaluierung-der-Sozialpartnerempfehlung-Mehrweg.pdf> abrufbar.

ABBILDUNG 2

GETRÄNKEABSATZ IM FASS – VERÄNDERUNG ZU 2008

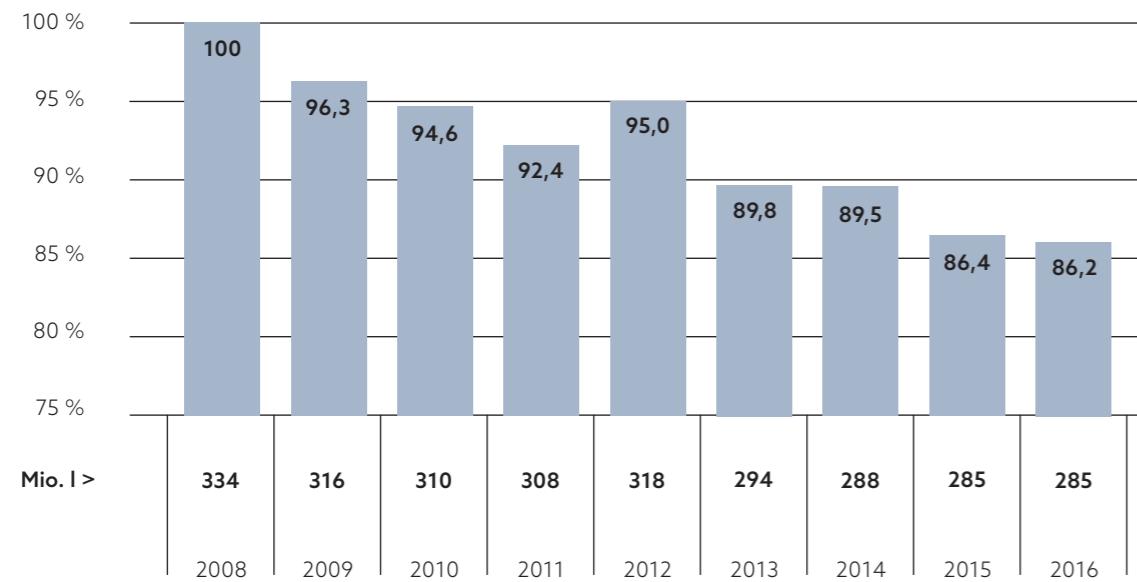


ABBILDUNG 3

MEHRWEG – OHNE MILCH UND SODA – MIT FASS UND CONTAINER [%]

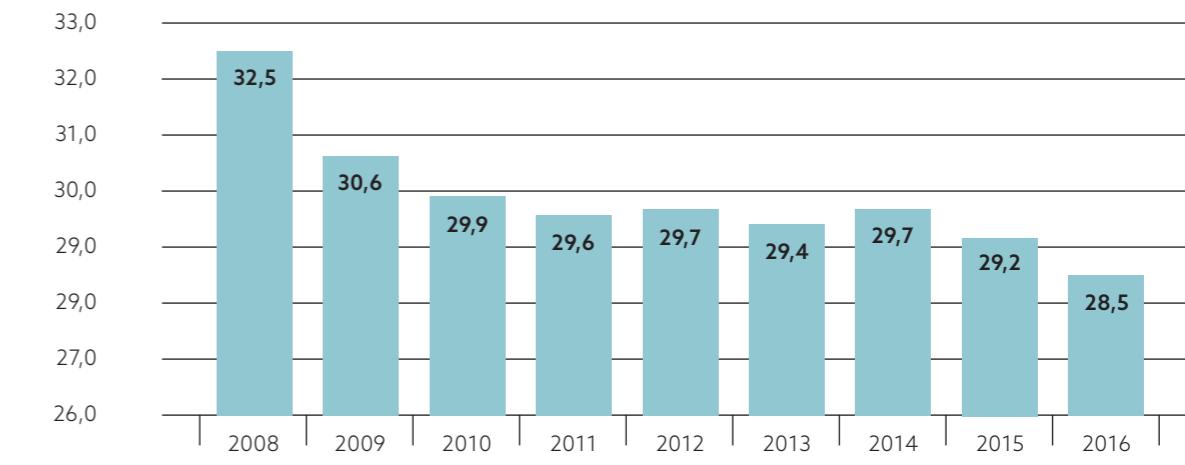
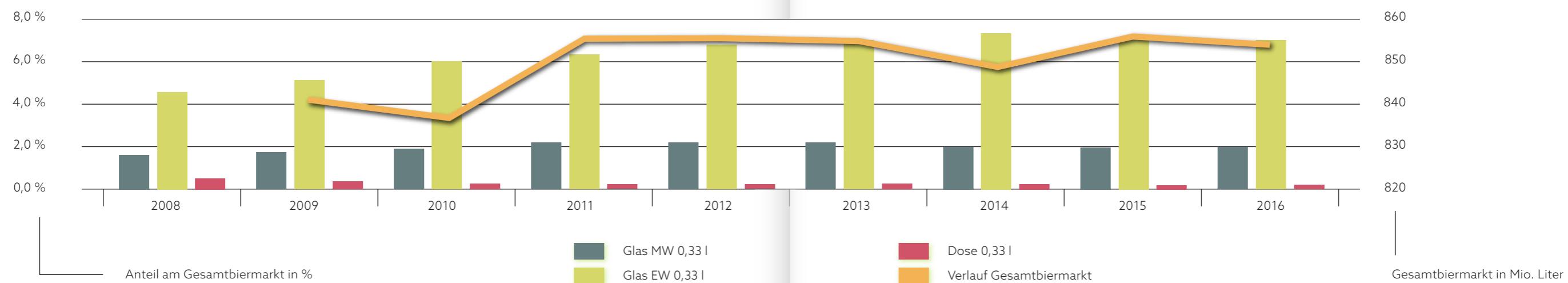
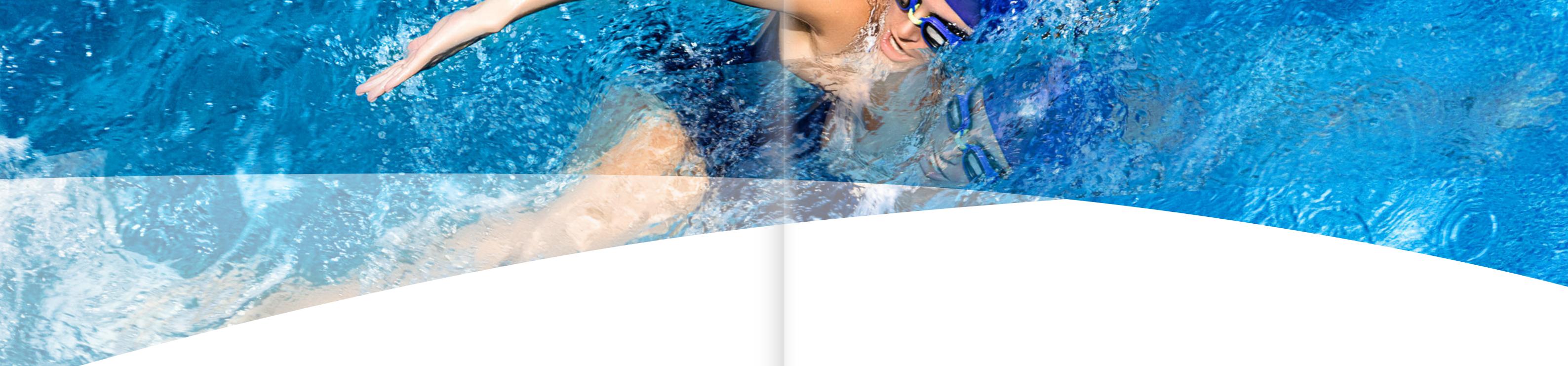


Abbildung 4 zeigt die positive Entwicklung der 0,33 l Glasflache am österreichischen Biermarkt 2016. Während die 0,33 l MW-Variante um 0,03 % zulegen konnte, verlor das EW-Pendant ein weiteres Mal an Anteilen (- 0,10 %). Auch die 0,33 l Dose ging um 0,02 % leicht zurück.

ABBILDUNG 4

BIERMARKT – OHNE IMPORTE – MIT FASS





NACHHALTIGES ANGEBOT

MASSNAHMEN ZUR MEHRWEGFÖRDERUNG

A. AKTIVITÄTEN DES HANDELS

Seit dem Jahr 2011, in dem die Zusatzvereinbarung unterzeichnet wurde, haben sich etliche Lebensmittelhandelsunternehmen dazu bekannt, Maßnahmen zur Stabilisierung des Mehrweganteils bei Getränken umzusetzen. Unter anderem die

- REWE International AG,
- Spar Österreichische Warenhandels-AG,
- Pfeiffer HandelsgmbH (durch Unternehmensumstrukturierungen und Verkäufe inzwischen „Unimarkt Handelsgesellschaft m.b.H. & Co. KG“ und „Transgourmet Österreich GmbH“),
- Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH,
- Kastner GroßhandelsgesmbH,
- MPreis Warenvertriebs GmbH.

Die Diskonter Hofer KG, Lidl Austria GmbH und Penny Markt haben ebenso die Zusatzvereinbarung 2011 unterschrieben, sich aber vor allem auf die Unterstützung der Anti-Littering-Kampagne fokussiert, welche sie durch verstärkte Finanzierung fördern. Zusammen stellen diese Unternehmen im Prinzip den gesamten relevanten österreichischen Lebensmittelhandelsmarkt dar.

Im österreichischen Lebensmittelhandel findet sich ein breites Spektrum an Getränken in Mehrweggebinden: Neben alkoholischen Getränken wie Bier in 0,5 l und 0,33 l Flaschen und Wein in 1 l und 2 l Flaschen werden auch alkoholfreie Getränke und Mineralwasser in Mehrweggebinden angeboten.



Österreichisches Bier wird größtenteils in Mehrweggebinden auf den heimischen Markt gebracht. Den größten Anteil daran hat die 0,5 l Mehrweg-Bierflasche, aber auch die 0,33 l Mehrweg-Bierflasche findet breite Verbreitung: Vier der Unternehmen haben ihr 0,33 l Mehrweg-Sortiment von 2015 auf 2016 um eine oder mehrere Sorten erweitert, bei den anderen blieb es unverändert – es kam nirgendwo zu einer Verringerung des 0,33 l Mehrweg-Sortiments!

Bei alkoholfreien Getränken bzw. Fruchtsäften in Mehrweggebinden kam es bei zwei der Unternehmen zu einer Erweiterung des Angebots um jeweils zwei neue Sorten, bei einem der Unternehmen sogar um zehn.

Bei Mineralwasser wurde die Palette ebenfalls bei drei Unternehmen erweitert, und zwar bei zwei um je zwei neue Sorten und bei einem Unternehmen um fünf.



Auch die Verteilung auf die einzelnen Bundesländer kann sich sehen lassen: Zumindest eine 0,33 l Bier-Mehrweg-Sorte wurde flächendeckend und für mindestens sechs Monate von

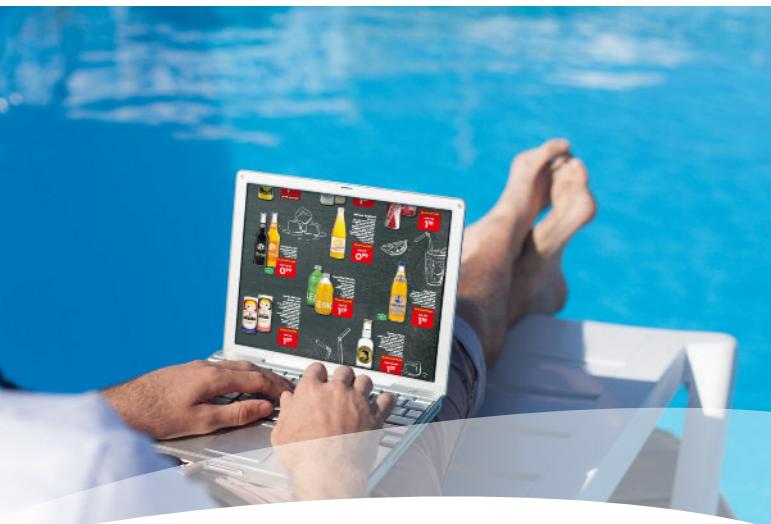
- einem der Unternehmen in drei Bundesländern,
- von fünf Unternehmen in allen Bundesländern in denen sie Filialen besitzen und
- von einem Unternehmen gar bundesweit angeboten.

Generell wurde das Bier-Angebot in Mehrweggebinden von vier Unternehmen erweitert, und zwar um drei, vier, sechs bzw. gar um 30 Sorten.

Zusammenfassend kann somit festgehalten werden, dass es zu einer erfreulichen Erweiterung des Mehrweg-Angebots im Beobachtungszeitraum 2016 kam.

Die Bewerbung des Mehrweg-Angebotes erfolgt quer über alle üblichen Kanäle: Via Flugblätter, Inserate, Internet oder direkt am Point of Sale (PoS). Unabhängig vom Medium gelangt bei der Bewerbung größtenteils das inzwischen weitbekannte und gut etablierte Mehrweg-Logo zum Einsatz.





Über die Mehrweg-Produkte, die zumindest gleichrangig mit dem Einweg-Angebot platziert werden, erhält man unmittelbar am PoS Informationen durch Plakate in diversen Größen, Handzettel oder anderes Werbematerial.

Im Internet wird sowohl auf den firmeneigenen Homepages als auch durch die Einbindung moderner Medien (Facebook, Instagram usw.) informiert.

Außerdem fördert der österreichische Lebensmittelhandel das Mehrweg-Angebot durch Aktionspreise, Mengenrabatte oder Sonderplatzierungen.

Viele der Unternehmen bekennen sich auch nachhaltig und schriftlich zum Thema Mehrweg: Beispielsweise in CSR (Corporate Social Responsibility) Strategien oder in eigenen Nachhaltigkeitsberichten.

Abschließend betrachtet sind die Aktivitäten des Handels zur Mehrweg-Förderung also auf gleichbleibend hohem Niveau, stellenweise wurden diese auch dieses Jahr wieder erfolgreich ausgebaut.

A. AKTIVITÄTEN DER INDUSTRIE

Wie auch in den vergangenen Jahren war der Beobachtungszeitraum 2016 von diversen Neuerungen durch Getränkeunternehmen und Abfüllern betreffend das Angebot von Mehrweggebinden geprägt.

Viele Produktneuheiten wurden von Seiten der Brauereien auf den Markt gebracht. Darunter fallen eine neue Gebindekombination von Pinolenkiste für Bügelverschlussflaschen (MW 4er-Träger), ein neuer 0,5 l MW 6er-Träger, eine Produktneueinführung einer Limonade in der Gebindeform MW 0,5 l sowie ein kompletter Marken-Relaunch aller Mehrweggebinde einer Brauerei zur Attraktivitätssteigerung für Kunden. Darüber hinaus wurde von einem Hersteller die rollende Viertelpalette Euro Dolly NEU im MW-Bereich eingeführt.

Der Anteil von 0,5 l Mehrwegbierflaschen am gesamten österreichischen Biermarkt (ohne Importe) betrug im Jahr 2016 rund 44 %, jener der 0,33 l Mehrwegbierflaschen rund 2 %. Ebenso erfuhr das MW-Angebot von Mineralwasser eine Erweiterung. Ein Hersteller lancierte 2016 zwei neue 0,33 l MW-Formflaschen, ein anderer Produzent baute die Listung seiner 8x1 l Splitkiste im Handel erfolgreich aus. Besonders erfreulich war zudem der Umstand, dass ein Hersteller bereits zum zweiten Mal die erfolgreiche Re-Validierung von GREEN BRANDS Austria vermeldete und somit nun das Gütesiegel mit zwei Sternen tragen darf. Mit der Auszeichnung werden jene Marken geehrt, die durch ökologisch nachhaltige (Produktions-) Maßnahmen große Verantwortung für die Umwelt übernehmen.

Ein großer Hersteller von Limonaden begann im Beobachtungszeitraum 2016 seine Getränke in wiederverwertbare PET Getränkeflaschen abzufüllen, die zum Teil aus nachwachsendem Pflanzenmaterial hergestellt werden.

Auch 2016 wurde das Mehrwegangebot stark und auf allen verfügbaren Kanälen beworben. Neben klassischen Flugblättern, Plakaten und TV-Spots, wo MW-Angebote laufend Vorzug gegenüber EW-Varianten erhalten, waren auch die Aktivitäten auf diversen Social-Media-Kanälen (Websites, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube) sehr umfangreich. Gerade hier erfolgt eine laufende Sensibilisierung der jüngeren und oftmals sehr umweltbewussten Zielgruppe. Um einen zusätzlichen Anreiz zu bieten, erfolgte auch im vergangenen Jahr eine oftmalige Verknüpfung der Werbeaktivitäten mit einem Konsumenten-Gewinnspiel. Weiterhin wird der Handel als wichtiger Partner österreichweit bestmöglich mit MW-Gebinden versorgt.



INNOVATIVES HANDELN

ÖKOLOGISCHE PERFORMANCE VON EINWEGGEBINDEN

Weitere Details und Informationen zu Umweltmaßnahmen sind dem Umsetzungsbericht zur Nachhaltigkeitsagenda der österreichischen Wirtschaft für Getränkeverpackungen zu entnehmen. Dieser ist unter www.nachhaltigkeitsagenda.at erhältlich.

A. METALL

Die verwendeten Metalle von Getränkedosen – Aluminium und Weißblech – sind nicht erschöpflich und können im unendlichen Materialkreislauf in gleichbleibender Qualität recycelt werden. Der Produktgebrauch hat ein natürliches Ende, der Materialgebrauch jedoch bleibt dauerhaft. Alle in das österreichweite, dichte Sammelsystem eingebrachten Getränkedosen können somit immer wieder bei gleichbleibend hoher Materialqualität recycelt werden. Die wertvollen Rohstoffe können in Folge wieder zu neuen Produkten (z. B. Laptopgehäuse, Fahrradrahmen, Motorblöcken oder neuen Dosen) verarbeitet werden. Gleichzeitig werden durch das Recycling der Getränkedosen wertvolle Ressourcen gespart, der Abfall reduziert und der für die Dosenproduktion benötigte Energieeinsatz um rund 95 % reduziert.



2016 wurden die laufenden Optimierungsprozesse weiter vorangetrieben. Dazu zählen die so genannte Wall-to-Wall-Produktion, durch welche kontinuierlich Energie und Transporte bzw. LKW-Kilometer eingespart werden ebenso, wie die kontinuierliche Forschung und Entwicklung in Sachen Materialeinsatz. Ein großer Hersteller verfolgt bis 2020 das Ziel, den CO₂-Fußabdruck der Getränkedosen nochmals um 25 % zu reduzieren. Die Gewichtsreduzierung sowie neue Verfahrenstechniken sollen rund 10 % einsparen, die restlichen 15 % will man gemeinsam mit Partnern aus der Industrie erzielen (Erhöhung der Recyclingrate; Senkung der Energieintensität der Aluminiumproduktion – Supply Chain).



Seit mittlerweile sieben Jahren klärt die Initiative „jede Dose zählt“ Menschen in Österreich über den richtigen Umgang mit leeren Getränkedosen auf. Mit einem variantenreichen Aktivitäten-Programm erreichte die Awareness-Kampagne die Österreicher von 2010 bis 2016 mehrere Millionen Male und motivierte gemäß der einfachen Formel 1. Austrinken – 2. CRUSHen – 3. Sammeln zum Recycling.

An insgesamt bisher 419 Promotiontagen waren die CanRider der Initiative von 2010 bis 2016 aktiv in Sachen Dosenrecycling unterwegs und legten rund 20.000 Kilometer zurück. Auch im kommenden Jahr wird die mittlerweile große und lebhafte „social community“ von jungen, engagierten und überzeugten Dosenrecyclern weiter ausgebaut. Dank eines in Österreich dichten, gut ausgebauten Sammelnetzes (Behälter mit dem blauen Deckel, gelber Sack bzw. die ortsübliche Metallsammlung) ist das Recycling von Dosen für Verbraucher leicht und gut zu unterstützen. Dabei bleibt jede gesammelte Getränkedose zu 100 % im endlosen Materialkreislauf erhalten und kehrt immer wieder – z.B. als Laptopgehäuse, Autoteil oder eben Getränkedose – wieder zurück. Der angewandte Recyclingprozess bewahrt die hohe Qualität des Aluminiums oder auch des Weißblechs, schont den Einsatz neuer Ressourcen und spart darüber hinaus 95 % der Energie ein, die für eine Neuproduktion benötigt wird. Im bereits siebten Jahr begeisterte „jede Dose zählt“ mit viel Spaß und Spiel vor allem junge Konsumenten in Österreich zum bewussten Umgang mit Rohstoffen und Energie. Die Initiative zum Getränkedosenrecycling wird von namhaften österreichischen Unternehmen unterstützt. Für 2017 ist ein Markenrelaunch sowie eine neuer Webauftitt geplant.

Auch 2016 konnte bei Metalldosen eine Recyclingquote von 70 % erreicht werden.

B. PET



Wie auch in den Jahren zuvor wurde die hochwertige Schiene des Bottle-to-Bottle Recyclings für eine umfassende Ressourcenschonung weitergeführt und ein Großteil der gesammelten PET Verpackungen in den Werken der PET to PET Recycling Österreich GmbH, der Kruschitz GmbH und der PET Recycling Team GmbH stofflich verwertet. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 2016 9.216 t des post-consumer PET Rezyklates in Österreich der Produktion von PET Flaschen zugeführt. Auch 2016 wurde das Ziel der Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda erreicht. Darüber hinaus wurden 3.241 t an post-consumer PET Rezyklat der Produktion von weiteren Lebensmittelverpackungen zugeführt.



C. GLAS

Unvermindert legt die österreichische Glasindustrie ihren Schwerpunkt auf die Weiterentwicklung der Leichtglastechnologie und den Ausbau des Sortiments an Leichtglas-Flaschen und -Konservengläser. Die fortschreitende Verringerung des Materialeinsatzes trägt deutlich zur Verbesserung der Ökobilanz von Glasverpackungen bei. Im europäischen Vergleich beispielsweise wiegen österreichische Weinflaschen um bis zu 15 % weniger als ihre europäischen Pendants. Der Einsatz von Altglas in der Produktion von Neuglas beträgt durchschnittlich 70 % und beeinflusst ebenso deutlich positiv die Ökobilanz.

Austria Glas Recycling GmbH liefert hierfür seit 40 Jahren den Sekundärrohstoff Altglas gemäß den Anforderungen der Glasindustrie hinsichtlich Qualität und Menge. Die Sammelmengen an Verpackungsglas steigen in Österreich seit Jahren sehr konstant – und das, obwohl Verpackungsglas immer leichter wird.

Nicht nur der Sammeleifer der Bevölkerung ist europaweit im Spitzensfeld. Das österreichische Glasrecyclingsystem gilt auch aufgrund der ökologischen und nachhaltigen Ausrichtung als best practice innerhalb der EU. Austria Glas Recycling ist gemäß EMAS (Umweltdmanagement) und ONR 192500 (Corporate Social Responsibility) zertifiziert.

Die Erfolge basieren auf der guten Kooperation zwischen Austria Glas Recycling GmbH und allen ihren Partnern im Sammelsystem. Ziel ist, das Altglas mit immer geringerer km-Leistungen von den Sammelstellen abzuholen – optimierte Tourenplanung und

Systemumstellungen auf das bewährte Hubsystem mit Doppelkammerbehältern unterstützen diese Entwicklung. Im Transportbereich nutzt Austria Glas Recycling GmbH die Verladetechnologie „Mobiler“ (spezielle Container werden vom LKW auf Bahnwagons verschoben): So kann der Sekundärrohstoff einen Großteil der Strecke per Bahn auch zu Werken ohne Gleisanschluss transportiert werden. Dadurch werden neben der Einsparung von Rohstoffen und Energie auch die CO₂-Emmissionen reduziert – ein wesentlicher und wichtiger Beitrag für den Klimaschutz.

Vielfältige Maßnahmen betreffend Green Logistics führten in den vergangenen Jahren zu bedeutsamen Verbesserungen der Umweltleistung des österreichischen Glasrecyclingsystems:

- Kontinuierliche Steigerung der Sammeleffizienz und ökologisches Fuhrparkmanagement reduzieren die unerwünschten Nebeneffekte der Altglassammlung. In den Jahren 2012 bis 2016 konnte die Sammeleffizienz um 6 % gesteigert werden. 2012 transportierte man 89,5 kg Altglas je km, 2016 waren es bereits 95 kg.
- Durch die Reduktion des Dieserverbrauchs je transportierter Tonne und durch den vermehrten Einsatz möglichst umweltfreundlicher LKWs wurden die Staubemissionen in den Jahren 2012 bis 2016 von 1.100 kg pro Jahr auf 360 kg pro Jahr gesenkt.
- Der Einsatz möglichst ökologischer Sammel-LKW (EURO Abgasnormen VI, EEV und V) ist ein Zuschlagskriterium im Zuge der Ausschreibungen der Frachtleistungen für das österreichische Glasrecyclingsystem.
- Für den Transport des Altglases von den Umladestationen zu den Verwertern kommt verstärkt die Bahn zum Einsatz. 2016 erfolgten 33 % des Transportes per Bahn, 2012 waren es 29 %. Das bringt eine Reduktion des Carbon Footprint.

Die Optimierung der Altglasaufbereitung in den Vetropack-Werken erfolgt kontinuierlich. Die Altglassortierung wurde erweitert, das Ausschussmaterial wird noch einmal aufbereitet, um zusätzlich nutzbare Glasscherben zu erhalten. Die Abfallmengen wurden dadurch um 6 % reduziert, der Scherben-einsatz in der Neuglasproduktion erhöht. 10 % Scherbeneinsatz in der Produktion von Neuglas spart 3 % Energie und 7 % CO₂-Emissionen.



D. VERBUNDKARTON

Alle europäischen Produktionswerke und Vertriebsorganisationen der drei bedeutendsten Hersteller von Getränkeverbundkartons in Europa sind nach den Standards des Forest Stewardship Council®(FSC®) für den durchgehenden Produktkettenachweis (Chain of Custody [CoC]) zertifiziert.

Die in Österreich verkauften Getränkekartons werden ausschließlich aus FSC-zertifiziertem Karton hergestellt. Zwei von drei Getränkekartons tragen bereits das FSC-Siegel sichtbar auf der Verpackung.

Alle Getränkeverbundkartonhersteller eint das ehrgeizige Ziel, in Zukunft alle Getränkeverbundkartons vollständig aus nachwachsenden Materialien herzustellen. Die Weiterentwicklung und der vermehrte Einsatz bio-basierter Verschlüsse und bio-basierter Polyethylenzwischenschichten trägt diesem Umstand Rechnung. Bei besagten bio-basierten Getränkeverbundkartons wird das zur Beschichtung eingesetzte Polyethylen niedriger Dichte und das Polyethylen hoher Dichte für den Verschlusshals gänzlich aus Zuckerrohr hergestellt. Beim renommierten „Green Star Packaging Award“ belegte ein bio-basierter Getränkeverbundkarton den ersten Platz in der Kategorie „Umweltfreundliches Produkt“. Der Jury gehörten sowohl Experten aus Wissenschaft als auch globale Verpackungs-experten an.

Der Einsatz von Ökostrom oder Strom aus Wasserkraft – ein Hersteller hat bereits Ende 2015 alle Werke in Europa auf 100 % „renewable electricity“ umgestellt – trägt ebenso zur Reduzierung der CO₂-Emissionen bei wie regelmäßige Umwelt-Audits, welche ökologische Potenziale analysieren und die Produktionsprozesse optimieren. Zahlreiche Innovationen für die aseptische Abfüllung der Getränkeverbundkartons ermöglichen Energieeinsparungen bis zu 25 %. Auch der Beitritt eines Herstellers zum „Versprechen von Paris“ (Paris Pledge for Action; www.parispledgeforaction.org) anlässlich der 21. UN-Klimaschutzkonferenz und die aktive Mitgliedschaft bei Global Forest & Trade Network (GFTN) dokumentieren die ambitionierten ökologischen Zielsetzungen aller Getränkekartonhersteller.

REINWERFEN STATT WEGWERFEN

REINWERFEN STATT WEGWERFEN

ANTI-LITTERING

Seit der Unterzeichnung der Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda im Jahr 2011 bündeln Lebensmittelhandelsbetriebe, Abfüller, Verpackungshersteller sowie Sammel- und Verwertungssysteme bestmöglich ihre Kräfte und agieren als kooperative Partner. Gemeinsam bekennen sie sich klar zur Stabilisierung des Anteils an Mehrweggebinde von Getränken im Handel sowie zur Umsetzung von Anti-Littering Maßnahmen, also Aktivitäten, die das achtlose Wegwerfen von Abfällen im öffentlichen Raum eindämmen. Dazu muss es nicht zuletzt auch zu einem Umdenken innerhalb der Gesellschaft kommen, um ein umfassendes ökologisches Bewusstsein für die Problemstellungen unserer Zeit zu schaffen. Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit von Entsorgungsstrukturen (getrennte Altstoffsammlung, Restmüllsammlung) sollen dafür, gerade im Hinblick auf zukünftige Generationen, besonders hervorgehoben werden.

Zur Umsetzung dieser Intention wurde im Mai 2012 die österreichweite Initiative „Reinwerfen statt Wegwerfen“ ins Leben gerufen. Im Zentrum steht dabei der lösungsori-



tierte Ansatz: der richtige Sammelbehälter für den jeweiligen Abfall. Die operative Umsetzung der Kampagne erfolgt unter Einbeziehung der Wirtschaftskammer Österreich durch die Altstoff Recycling Austria AG (ARA). Dabei wird auf die Reputation und österreichweite Bekanntheit der ARA gesetzt, so dass die Glaubwürdigkeit der Marke nicht von Null aufgebaut werden muss. In der WKÖ wurde unter Einbeziehung der Sozialpartner, des BMLFUW und von Städte- und Gemeindebund als „Beirat“ eine Anti-Littering-Plattform etabliert; über die Mittelverwendung entscheidet die ARGE Nachhaltigkeitsagenda.



Im Beobachtungszeitraum 2016 wurden alle bisher getätigten Maßnahmen und Aktionen weitergeführt bzw. ausgebaut. Seit Start der Kampagne hat sich die Initiative in den österreichischen Printmedien durchgehend positives Image aufgebaut: „Reinwerfen statt Wegwerfen“ ist eine erfolgreiche Initiative der österreichischen Wirtschaft und der ARA für ein sauberes Österreich, wobei auf vielfältige Weise Bewusstsein und Sensibilisierung



für Umweltthemen und gegen achtloses Wegwerfen geschaffen wird, zum Beispiel durch verschiedene regionale und überregionale Projekte und den Wettbewerb „Sauberste Region Österreichs“. In vielen Projekten steht die Jugend im Fokus.“ (Imageanalyse „Sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut“, 2015). Dadurch konnten seit Mai 2012 rund 65 Millionen Menschen erreicht werden. Neben klassischer Medienarbeit wurde die Kampagne mittels gezielter Einzelaktionen auch werblich unterstützt. Zum Einsatz kamen dabei sowohl Above-the-line Maßnahmen (z. B. Rolling Boards, Folder oder Printanzeigen) als auch Below-the-line Maßnahmen (z. B. Sponsoring des ÖFB – mit Omnipräsenz direkt im Stadion bzw. zu Hause im TV – und von Skispringer Gregor Schlierenzauer sowie Event-Promotions oder Give Aways). Um die Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung zu schaffen, war die Initiative „Reinwerfen statt Wegwerfen“ mit unserem Maskottchen auf über 350 Events präsent.

Um den Aspekt des Community-Buildings umzusetzen, dient die Website www.reinwerfen.at als Kampagnenplattform, auf der regelmäßig sämtliche relevanten Aktivitäten abgebildet werden. Besucher bleiben durch den eigenen News- und Pressebereich der Initiative ständig „up to date“ und können zudem auf themenrelevante Gastkommentare von Experten und Meinungsbildnern zugreifen. Die Website fungiert als österreichische Info-Plattform zum Thema Anti-Littering und ist gut besucht. Mit Ende 2016 standen gesamt 58.305 Sitzungen zu Buche, die Seiten der Website wurden seit dem Start 197.096 Mal aufgerufen.

Auch der eigene Facebook-Auftritt www.facebook.com/reinwerfen konnte 2016 erfolgreich ausgebaut werden. Durch fortschreitende Vernetzung mit den Facebook-Communities der jeweiligen Partner, Facebook-Ads und Gewinnspielen konnten alleine auf einzelnen Posts, wie etwa dem ÖFB-Gewinnspiel für das Irland-Länderspiel, über 4.000 Beitragsinteraktionen sowie Reichweiten von bis zu 220.000 Personen erzielt werden. Im gesamten Jahr 2016 kam es zu über 30.000 Beitragsinteraktionen, etwa 4.000 Kommentaren und über 1.000 Shares. Es wurde eine über 26.000 Personen starke Online-Community aufgebaut, was einer Steigerung von 8.000 Fans seit dem Vorjahr entspricht. Die Altersgruppe zwischen 18 und 30 konnte dabei am stärksten erreicht werden (52 % Frauen, 48 % Männer). Mit dem Top Posting zur „Saubersten Region“ wurden über 20.000 Personen erreicht (etwa 70.000 Personen Reichweite auf alle Postings zu „Sauberste Region 2016“).

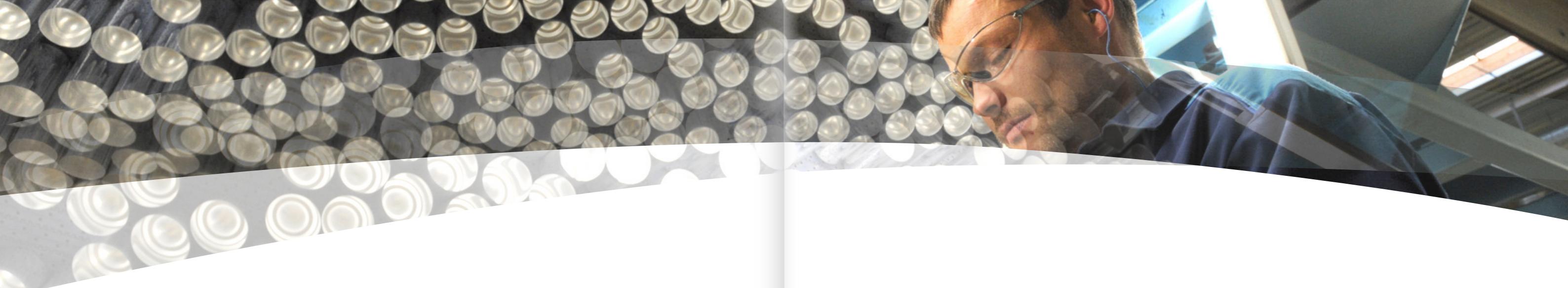
Den virtuellen Auftritt von „Reinwerfen statt Wegwerfen“ runden ein YouTube-Channel sowie ein E-Mail-Newsletter (Ende 2016 2.500 aktive Abonnenten) ab.

Auch abseits der Online-Kanäle ist eine Möglichkeit zur Partizipation gegeben: Passende Projekte können von Bürgern/Initiativen/Unternehmen zur Förderung eingereicht werden. Seit Beginn der Initiative sind mehr als 250 Anti-Littering Projekte und Flurreinigungsaktionen unterstützt worden.



Auch im Beobachtungszeitraum 2016 wurde die Aktion „Sauberste Gemeinde Österreichs“ weitergeführt. Eine Auszeichnung erhalten dabei österreichische Gemeinden, Regionen oder Städte, die sich um ein besonderes Engagement für die „Sauberkeit der Landschaft“ verdient machen. Als Sieger 2016 ging die Marktgemeinde Kirchham unter allen Mitbewerbern hervor. Die Siegesfeier fand im Herbst 2016 in Kirchham statt.

Neben allen genannten Maßnahmen sollen abschließend auch die vielen kleinen und mittleren Events sowie die hervorragende Zusammenarbeit mit den Abfallberatern in ganz Österreich erwähnt werden. Diese sichern der Kampagne starke Präsenz und Akzeptanz.



KLARER STANDPUNKT

SICHERHEIT UND QUALITÄT

A. METALL

In allen österreichischen Getränkendosen-Produktionsstätten kommen folgende Zertifizierungen zur Anwendung: Das Qualitätsmanagement ist seit 2008 mit dem Zertifikat ISO 9001 ausgezeichnet. Das Umweltmanagement trägt seit 2004 die ISO Zertifizierung 14001. Bezuglich Sicherheit kommen die Zertifizierungen ISO 18001 (Sicherheitsmanagement) und ISO 22000 (Lebensmittelsicherheit) seit den Jahren 2007 bzw. 2005 zur Anwendung.

B. GLAS

Vetropack ist zertifiziert nach ISO 9001 und verfügt über ein HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) System, das vorbeugend die Sicherheit von Lebensmitteln und Verbrauchern gewährleistet. Die Zertifizierung nach FSSC 22000 für den Standort Pöchlarn erfolgte bereits im November 2013, für das Werk Kremsmünster im Jahr 2015. FSSC gewährleistet die Lebensmittelsicherheit in Betrieben der Lebensmittelindustrie.

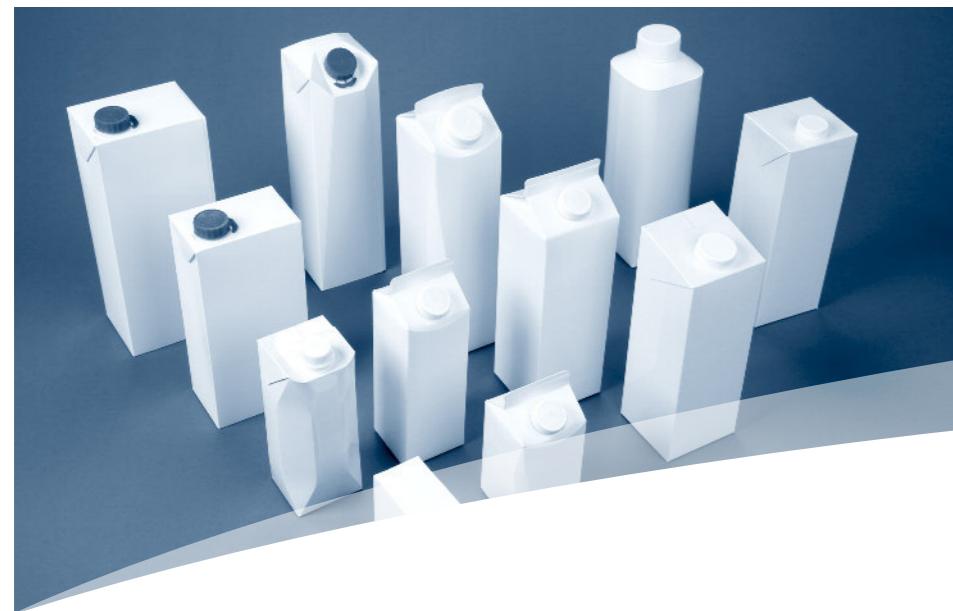
Produktsicherheit hat für Hersteller von Glasbehältern, die in direktem Kontakt mit Lebensmitteln stehen, oberste Priorität. Regelmäßig unterzieht Vetropack die Produkte strengsten Qualitätsprüfungen. Dazu zählen stichprobenartige Prüfungen im Labor, wo Gewicht, Volumen, Inhalt und Dimensionen vermessen werden. Des Weiteren wird im Zuge von zerstörenden Prüfungen (Innendruck, Pendelschlag, Thermoschock etc.) die Qualität und Sicherheit überprüft. Zudem kommen für eine 100%ige Inline Prüfung Inspektionsmaschinen zum Einsatz, die hinsichtlich Wandstärke, Risse oder z. B. Einschlüssen die Produkte kontrollieren.



Die Zertifizierung nach OHSAS 18001 ist im Vetropack Werk Pöchlarn für Anfang 2017 geplant, für 2018 soll sie im Werk Kremsmünster zur Anwendung kommen. Das Unternehmen erfüllt damit im Bereich Arbeitssicherheit folgende Kriterien:

- Erarbeitung einer Sicherheitspolitik
- Durchführung einer Risikoanalyse, Planung, Zielsetzung und Programmerstellung zur Reduktion von Arbeitsunfällen
- Integration der Anforderungen in die Unternehmensprozesse
- Interne Auditierung und periodische Bewertung des Systems durch die oberste Führung

Das innovative Pilot Projekt zur Entwicklung von speziell gehärteten und somit sehr robusten Glasverpackungen, die neue Standards in Sachen Glasgebinden setzen sollen, wird in Österreich weitergeführt.



C. VERBUNDKARTON

Die europäischen Produktionswerke der Getränkeverbundkartonhersteller sind nach ISO 9001 sowie ISO 14001 zertifiziert und tragen das Qualitäts-Label des Forest Stewardship Councils (FSC). Weiters verfügen bedeutende europäische Werke über ISO 50001:2011, das HACCP System (Hazard Analysis and Critical Control Points), sind Mitglied bei Sedex (Supplier Ethical Data Exchange) und nach den Vorgaben des Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA), sowie FDA IMS Compliance (FDA Standards) auditiert. Kontinuierliche innovative Verarbeitungslösungen, wie beispielhaft neue Pasteurisierungsverfahren mit Senkung der Temperatur des zweiten Pasteurisierungsschritts von 95°C auf 85°C, helfen Abfüllern, den Energieverbrauch markant zu senken – ohne die Sicherheit oder Qualität des Endprodukts zu beeinträchtigen. Im Jahr 2015 erhielt ein neu entwickeltes Sterilisationsverfahren, das auch eine weitere Verbesserung der Umweltbilanz ermöglicht, eine entsprechende Auszeichnung bei den World Beverage Innovation Awards.

Flakes und Granulat betreffend, ist PET to PET europaweit beispielgebend. Dies wird auch durch konsequente Investitionen in den Standort und die Qualität der Recyclinganlage garantiert. Im Jahr 2016 wurde besonders darauf gesetzt, alle Stoffströme zu analysieren und weiter zu optimieren. Da so der Wertstoff PET noch lückenloser aufbereitet werden kann, ist damit eine weitere Leistungssteigerung für die kommenden Jahre garantiert.

Auch in Zukunft wird weiter in die Verbesserungen der Qualität und Steigerung der Produktivität investiert. So ist vorgesehen die zu verarbeitenden Flaschen einer noch genaueren Prüfung und Vorreinigung zu unterziehen und auch bei der Prüfung der Fertigprodukte modernste Sortiertechniken einzusetzen. Um dem Trend, das Fertigmaterial anstatt wie bisher in BigBag's zu verpacken, in Zukunft mehrheitlich lose über Silos zu transportieren, Rechnung zu tragen wird, auch hier die Silokapazität erweitert.

Die PET to PET Recycling Österreich GmbH ist nach allen relevanten Qualitätssicherungssystemen und Managementsystemen zertifiziert.

D. PET

Seit der Aufnahme des Betriebs im Jahr 2007 garantiert die PET to PET Recycling Österreich GmbH dank modernster Technologie Ressourcenschonung und effiziente Verwertung von gebrauchten PET-Flaschen zu lebensmitteltauglichem Recyclat. Sowohl die Verarbeitung von PET-Flaschen als auch die Absatzmenge von PET-Recyclat in Form von

Die für die Produktion von PET-Flaschen zuständige Firma ALPLA gilt als einer der globalen Markt- und Technologieführer in Sachen Kunststoffverpackungen. Alle Produktionsstätten tragen folgende Zertifizierungen: Qualität – ISO 9001; Lebensmittelsicherheit – FSSC 22000 sowie HACCP-Plan (Hazard Analysis and Critical Control Points). Einige Werke sind zudem gemäß Umwelt – ISO 14001; Energie – 50001; Arbeitssicherheit und Gesundheit – OHSAS 18001 zertifiziert.

DIE ARBEITS- GEMEINSCHAFT

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER NACHHALTIGKEITSAGENDA FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN

Die Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen bietet neben der Unterstützung der in der Nachhaltigkeitsagenda enthaltenen Vorgaben zur CO₂-Reduktion nun auch eine umfassende Betreuung der im Rahmen der Zusatzvereinbarung laufenden Agenden an. Für die Leistungen im Rahmen der Zusatzvereinbarung wurden von den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft zusätzliche Mittel aufgebracht. Mit der Zusatzvereinbarung wurden auch ein Stakeholderbeirat sowie eine Anti-Littering-Plattform ins Leben gerufen und intensiv in die Aktivitäten der Arbeitsgemeinschaft eingebunden.

Beide Gremien sind mit Vertretern der Sozialpartner, des Lebensministeriums, des Städte- und Gemeindebunds sowie namhafter betroffener Unternehmen besetzt. Damit wurde die gesamte Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen auf eine wesentlich breitere Basis gestellt. Sowohl der Stakeholderbeirat als auch die Anti-Littering-Plattform dienen dem regelmäßigen Informationsaustausch und der Beratung in sämtlichen Angelegenheiten der Nachhaltigkeitsagenda.

ANHANG

A. ZUSATZVEREINBARUNG 2011

SELBSTVERPFLICHTUNG MEHRWEG (Zusatzvereinbarung 2011)

Die unterzeichnenden Lebensmittelhandelsbetriebe, Abfüller, Verpackungshersteller sowie Sammel- und Verwertungssysteme bekennen sich zum Ziel der Stabilisierung des Anteils von Mehrweggebinden bei Getränken im Handel, so wie es in der „Sozialpartnerempfehlung Mehrweg“ vom 30. Juni 2011 konkret festgelegt ist und erklären sich bereit, die folgenden Maßnahmen umzusetzen.

Mehrweg für Konsumenten und Wirtschaft attraktivieren

In Läden, welche Getränke in Mehrweggebinden anbieten, ist gut sichtbar und ansprechend darauf hinzuweisen.

Am Point of Sale sollen in diesen Läden die MW-Produkte mit der gleichen Bequemlichkeit wie EW-Produkte erreichbar sein.

MW-Produkte sollen zumindest genauso intensiv und ansprechend beworben werden wie EW-Produkte. Informationen über Umwelt- und Qualitätsaspekte der Gebinde sollen korrekt erfolgen.

Die Weiterverwendung des Mehrweg-Logos ist bei den drei genannten Maßnahmen sinnvoll, weil sie die Erkennbarkeit der MW-Produkte für die Konsumenten unterstützt. Wo dies möglich ist, bemühen sich die Unternehmen um die Verleihung des Umweltzeichens Mehrweg.

Preisaktionen sind in gleicher Weise und Intensität auch bei MW-Gebinden durchzuführen.

In den vergangenen Jahren wurde bei Einweggebinden stark in Innovationen investiert. Anzustreben ist, dass Innovationen im Mehrwegbereich in einem vergleichbaren Ausmaß vorangetrieben werden.

Zur Steigerung des Mehrwegkomforts sind der Einsatz von gewichtsreduzierten Splitboxen (z.B Sechs- oder Zwölf-Flaschen-Kiste statt Zwölf- oder Zwanzig-Flaschen-Kiste) und weitere Möglichkeiten zur Steigerung der Convenience zu prüfen.

Zu prüfen ist, ob bei MW-Glasflaschen eine Gewichtsreduktion möglich ist.

Handel und Abfüller prüfen Möglichkeiten zur Stärkung der Wiederverwendung bei der 0,75 l Weinflasche.

Bei 0,33 l Bier ist im Sinne der Wahlfreiheit des Konsumenten ein Mehrwegsegment im Lebensmittelhandel schrittweise anzubieten.

Handel und Abfüller streben an, wo verfügbar (Fruchtsäfte, Limonaden, Bier, Mineralwasser, Wein), regionale Produkte in MW anzubieten und in eine regionale Logistik einzubinden, um Transportwege abzukürzen (Qualitätssegment Regionalität).

Dort wo Handel und Abfüller über ihre soziale und ökologische Verantwortung (CSR oder Nachhaltigkeit) berichten, räumen sie auch den Fragen von Einweg/Mehrweg sowie den Aspekten von Produktqualität und Produktsicherheit und objektiver Konsumenteninformation – und dem genuin eigenen Beitrag dazu – entsprechenden Raum ein. Wenn das nicht gewollt ist, halten Handel und Abfüller an geeigneter Stelle ausdrücklich fest, dass dazu kein Beitrag in den Bericht aufgenommen wird.

Handel und Abfüller sind bei Mehrwegaktivitäten der Öffentlichen Hand („Mehrwegkampagne“) zu substantieller Kooperation bereit.

Weitere Optimierung der ökologischen Performance von Einweggebinden

Bei den Eisenmetall- und Nichteisenmetalldosen ist die Recyclingrate der wichtigste Ansatzpunkt für die Verbesserung der ökologischen Performance. Sie ist daher von 65 % auf 70 % anzuheben (bis 2013).

Bei den PET-Flaschen ist die Schließung des Stoffkreislaufs der wichtigste Hebel zur Reduzierung des ökologischen Impacts. Daher soll der Anteil des Bottle-to-Bottle-Recyclings von 6.000 auf 9.000 Tonnen gesteigert werden (bis 2012).

Weitere Optimierung der Qualität der verwendeten Verpackungen

Qualitativ hochwertige Getränkeverpackungen zeichnen sich dadurch aus, dass sie das Getränk optimal vor äußeren Einwirkungen schützen, und den Austausch von Stoffen zwischen Verpackung und Getränk so gering wie möglich halten. Bei der Optimierung von Getränkeverpackungen sind neben ökologischen und volkswirtschaftlichen Aspekten auch Aspekte der Produktsicherheit und der Produktqualität ausgewogen zu berücksichtigen.

Eindämmung des Littering

Werden Verpackungen einfach auf der Straße oder in der Natur weggeworfen (Littering), so verursacht dies eine sichtbare Verschmutzung der Umwelt, zusätzliche Umweltbelastungen über einen langen Zeitraum, und Kosten, die von der Allgemeinheit zu tragen sind. Es ist daher ein Instrument zu schaffen, das die Bevölkerung auf die Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit der Nutzung der Entsorgungsinfrastruktur (getrennte Sammlungen, Restmüllsammlung) hinweist und für den Gedanken der Sauberkeit wirbt.

Dazu ist eine Plattform einzurichten, welche die Öffentlichkeitsarbeit koordiniert und Sockelbeträge für die Finanzierung zur Verfügung stellt. In die Finanzierung sind neben den Getränkeverpackungen auch andere Produkte einzubinden, die zum Litteringproblem beitragen. Durch wirksame Maßnahmen gegen das Littering kann der negative Impact von Einwegverpackungen für Getränke tendenziell abgesenkt werden.

Die gesellschaftliche Unerwünschtheit des Littering ist im Wertekodex für Werbungen des Lebensmittelhandels und der Getränkeindustrie zu verankern. In diesem Sinne verzichten Lebensmittelhandel und Getränkeindustrie darauf, die Convenience des Wegwerfens direkt oder indirekt zu bewerben.

Einrichtung eines Stakeholderbeirats

Die Einrichtung eines projektbegleitenden Stakeholder-Beirats (Einbeziehung der Sozialpartner) und die Etablierung kooperativer/dialogischer Strukturen sollen die Akzeptanz von Zielen, Maßnahmen und Vorgangsweisen verbessern.

Monitoring/Reporting/Controlling

Zum Umsetzung ist ein laufendes Monitoring einzurichten. Die durchgeführten Maßnahmen der Akteure sind genau zu dokumentieren.

In halbjährlichen Abständen werden Informationen über den aktuellen Stand der Entwicklungen ausgetauscht.

Einmal jährlich wird die Öffentlichkeit über die Durchführung der Maßnahmen, die Entwicklung der Mehrweggebinde und weitere Ergebnisse informiert.

Ergänzend sollte ein unabhängiges Controlling eingerichtet werden, das Zugang zu den relevanten Informationen hat und die durchgeführten Maßnahmen bewertet. Die Ergebnisse werden daran zu messen sein, ob damit der rückläufige Trend des Einsatzes von Mehrweggebinden gestoppt werden kann. Alle Personen, die in diesem Zusammenhang Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse erfahren, sind zu deren Geheimhaltung zu verpflichten.

Laufzeit/Evaluierung

Drei Jahre nach Beginn der Implementierung des Modells eine Gesamtevaluierung durchzuführen. Im Lichte der Ergebnisse ist zu entscheiden, ob der eingeschlagene Weg fortzusetzen ist und ob Ergänzungen oder Modifikationen erforderlich sind.

Unterfertigung/Veröffentlichung

Dieses Dokument ergänzt die bestehende Selbstverpflichtung und ist dessen integraler Bestandteil für alle, die es unterzeichnen. Die neue Selbstverpflichtung wird durch die Unterfertigung für die jeweiligen Akteure der Wirtschaft wirksam.

Sowohl die Selbstverpflichtungen als auch die unterzeichnenden Unternehmen werden im Internet veröffentlicht. Betriebe, die sich zu Maßnahmen im Bereich Mehrweg bereit erklärt haben, sind gesondert auszuweisen.

Weitere Information zur Nachhaltigkeitsagenda und zur Sozialpartnerempfehlung finden Sie unter www.nachhaltigkeitsagenda.at.

B. TEILNEHMER DER ZUSATZVEREINBARUNG

ADEG Markt Manuela Oberfeichtner

Manuela Oberfeichtner | Handel

Altstoff Recycling Austria AG (ARA)

Ing. Werner Knausz | Sammel- und Verwertungssystem/Verwerter

ARGE Getränkekarton

Mag. Georg Matyk | Verpackungshersteller

Brau Union Österreich

MBA Eva Derntl | Getränkehersteller

Brauerei Murau eGen

GF Ing. Josef Rieberer | Getränkehersteller

Brauerei Schloss Eggenberg Stöhr GmbH & Co KG

Hubert Stöhr | Getränkehersteller, Handel

COCA-COLA HBC Austria GmbH

Country General Manager Frank O'Donnell | Getränkehersteller

ELS Austria GmbH

DI Eva Koller | Sammel- und Verwertungssystem/Verwerter

Franz Bauer GmbH

Franz Bauer | Getränkehersteller, Handel

Hofer KG

Mag. Thomas Zwachte, DI Markus Freytag | Handel

Hubmann KG

Bernd Hubmann | Handel

INTERSEROH Austria GmbH

DI Wilhelm Kleer, Mag. Franz Sauseng | Sammel- und Verwertungssystem/Verwerter

Johannes Jetschgo GmbH & Co KG

Johannes Jetschgo | Handel

Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH

KR Julius Kiennast | Handel

Kastner Grosshandels GmbH

Christof Kastner | Handel

LIDL Austria GmbH

Dipl. BW (FH) Marco Pietsch, Mag. Josef Fersterer | Handel

Markant Österreich GmbH

Dr. Andreas Nentwich | Handel

MPREIS Warenvertriebs GmbH

Mag. Ingrid Heinz | Handel

Nah und Frisch Marketing GmbH

Dr. Andreas Nentwich | Handel

Pet to Pet Recycling Österreich GmbH

DI Christian Strasser | Sammel- und Verwertungssystem/Verwerter

Pfeiffer HandelsgmbH

Dr. Erich Schönleitner | Handel

Privatbrauerei Zwettl Karl Schwarz GmbH

Mag. Karl Schwarz | Getränkehersteller

Radlberger Getränke GmbH & Co OG

Ing. Manfred Speiser | Getränkehersteller

Rauch Fruchtsäfte GmbH Co OG

Jürgen Rauch, Harald Krammer | Getränkehersteller

Red Bull GmbH

Dr. Roland Concin | Getränkehersteller

REWE International AG

Frank Hensel, DI Alfred Matousek | Handel

S. Spitz GmbH

Mag. Josef Mayer | Getränkehersteller

SPAR

Dr. Gerhard Drexel, Mag. Fritz Poppmeier | Handel

Spar Gernot Piber

Gernot Piber | Handel

Spar Markt Josef Uher GmbH

Josef Uher | Handel

Stieglbrauerei zu Salzburg GmbH

Dr. Heinrich Dieter Kiener | Getränkehersteller

Stiftsbrauerei Schlägl e. U.

Mag. Markus Rubasch | Getränkehersteller

Vetropack Austria GmbH

Ing. Johann Reiter | Verpackung

Vöslauer Mineralwasser AG

DI Herbert Schlossnikl | Getränkehersteller

ZEV Nah & Frisch Marketingservice GmbH

Dr. Andreas Nentwich | Handel

C. STAKEHOLDERBEIRAT

Nominierungen Stand Oktober 2016

NOMINIERUNGEN DES BUNDESGREMIUMS DES LEBENSMITTELHANDELS

Stephan Geroldinger | Hofer KG

Markus Freytag | Hofer KG

Julius Kiennast | Markant / Nah & Frisch

Alfred Matousek | REWE International AG

Nicole Berkmann | SPAR

Richard Franta | WKO, Bundesremium Lebensmittelhandel

NOMINIERUNGEN DES FACHVERBAND LEBENSMITTELINDUSTRIE

Herbert Bauer | Coca-Cola HBC Austria GmbH

Siegfried Menz | Ottakringer GmbH

David Hasenschwandtner | Red Bull GmbH

Herbert Schlossnikl | Vöslauer Mineralwasser

Johann Brunner | WKO, Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie

SAMMEL- UND VERWERTUNGSSYSTEME/VERWERTER

Harald Hauke | AGR GmbH

Werner Knausz | ARA AG

Christoph Scharff | ARA AG

VERPACKUNGSHERSTELLER

Georg Matyk | ARGE Getränkekarton

Herta Gutschka | Ball Packaging Handelsgesellschaft m.b.H.

Dorothea Junk | REXAM

Johann Reiter | Vetropack Austria GmbH

Andrea Petrasch | Vetropack Austria GmbH

WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

Stephan Schwarzer | WKO, Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik

Thomas Fischer | WKO, Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik

BUNDESARBEITERKAMMER

Werner Hochreiter | BAK

Sylvia Leodolter | BAK

PRÄSIDENTENKONFERENZ DER LANDWIRTSCHAFTSKAMMERN ÖSTERREICH'S

Matthias Gröger | PRÄKO

ÖSTERREICHISCHER GEWERKSCHAFTSBUND

Heinz Högelsberger | ÖGB

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND

WASSERWIRTSCHAFT

Christine Hochholdinger | BMLFUW

D . ANTI-LITTERING PLATTFORM

Nominierungen Stand Oktober 2016

NOMINIERUNGEN DER ABFÜLLER

Herbert Bauer | Coca-Cola HBC Austria GmbH

David Hasenschwandtner | Red Bull GmbH

NOMINIERUNGEN DES HANDELS

Stephan Geroldinger | Hofer KG

Julius Kiennast | Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH

Alfred Matousek | REWE International AG

Nicole Berkmann | SPAR

VERPACKUNGSHERSTELLER

Georg Matyk | ARGE Getränkekarton

Herta Gutschka | Ball Packaging Handelsgesellschaft m.b.H.

Dorothea Junk | REXAM

Andrea Petrasch | Vetropack Austria GmbH

Johann Reiter | Vetropack Austria GmbH

SAMMEL- UND VERWERTUNGSSYSTEME

Harald Hauke | AGR GmbH

Werner Knausz | ARA AG

Christoph Scharff | ARA AG

WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

Richard Franta | FV Lebensmittelhandel

Johann Brunner | FV Nahrungs- und Genussmittelindustrie

Thomas Fischer | WKO, Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik

Stephan Schwarzer | WKO, Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik

BUNDESARBEITERKAMMER

Werner Hochreiter | BAK

Sylvia Leodolter | BAK

PRÄSIDENTENKONFERENZ DER LANDWIRTSCHAFTSKAMMERN ÖSTERREICHS

Matthias Gröger | PRÄKO

ÖSTERREICHISCHER GEWERKSCHAFTSBUND

Heinz Högelsberger | ÖGB

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND

WASSERWIRTSCHAFT

Christine Hochholdinger | BMLFUW

STÄDTE- UND GEMEINDEBUND/ABFALLWIRTSCHAFTSVERBÄNDE

Johann Mayr | ARGE Abfallwirtschaftsverbände

Nicolaus Drimmel | Gemeindebund

Reinhard Siebenhandl | Städtebund

IMPRESSUM

WKO, ABTEILUNG FÜR UMWELT- UND ENERGIEPOLITIK

Abteilungsleiter Univ.Doz. Dr. Mag. Stephan Schwarzer

IN ZUSAMMENARBEIT MIT

ARA AG

denkstatt GmbH

INTERSEROH Austria GmbH

REDAKTION

DI Dr. Thomas Fischer (WKO, Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik)

Mag. Florian Hajek (Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs GmbH)

GESTALTUNG

r+k kowanz

FOTOS

ADEG Österreich Handels AG, ARA AG, Andi Bruckner, Coca-Cola HBC Austria GmbH, Philip Greindl, KASTNER GroßhandelsgesmbH, Eva Ketyl, MERKUR Warenhandels AG, Nah&Frisch, PET to PET Recycling Österreich GmbH, REXAM PLC, Peter Rigaud, SPAR Österreichische Warenhandels-AG, Vetropack Holding AG, 123RF (Baevskiy, belchonock, carther, Fadeev, gemenacom, Jetkasettakorn, olegdudko)

WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH, ABTEILUNG FÜR UMWELT- UND ENERGIEPOLITIK

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

T +43 (0)5 90 900

F +43 (0)5 90 900

www.nachhaltigkeitsagenda.at

www.wko.at/up