

NACHHALTIGKEITSAGENDA FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN
UMSETZUNGSBERICHT ZUR ZUSATZVEREINBARUNG

GEMEINSAM NACHHALTIG HANDELN

JUNI 2016

INHALT

4	NACHHALTIGE WIRKUNG VORWORT
6	TRENDBESTÄTIGUNG GETRÄNKE & GEBINDE
10	NEUE ANGEBOTE, NEUE PRODUKTE MASSNAHMEN ZUR MEHRWEGFÖRDERUNG
14	AUS ÜBERZEUGUNG ÖKOLOGISCHE PERFORMANCE VON EINWEGGEBINDEN
20	REINWERFEN STATT WEGWERFEN ANTI-LITTERING
24	GANZHEITLICHES DENKEN SICHERHEIT & QUALITÄT
28	DIE ARBEITSGEMEINSCHAFT ARBEITSGEMEINSCHAFT DER NACHHALTIGKEITSAGENDA FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN
30	ANHANG ZUSATZVEREINBARUNG 2011
39	IMPRESSUM

NACHHALTIGE WIRKUNG

Seit mittlerweile fünf Jahren arbeiten die österreichischen Sozialpartner im Auftrag des Parlaments zusammen, um auf Basis der gemeinsam beschlossenen Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen sicherzustellen, dass deren ökologische Performance weiter gesteigert sowie umweltverträgliche Lösungen für Produktion und Vertrieb ausgebaut werden.

Intensiver Dialog und laufende Kooperation zwischen Industrie, Handel und Interessenvertretern haben dazu geführt, dass der Mehrweganteil bei Getränkegebinden im Laufe dieser Jahre bei rund 22 % stabilisiert werden konnte. Und auch die attraktive Gestaltung des Mehrwegangebots für Konsumenten, eine Erhöhung der Recyclingquote von Metalldosen und PET-Flaschen sowie wachsendes Bewusstsein für fachgerechte, saubere Verwertung und Entsorgung in öffentlichen Räumen und der Natur – erklärte Ziele einer modernen, nachhaltigen Getränkewirtschaft – konnten gemeinsam ohne finanzielle Mehrbelastung oder erhöhten administrativen Aufwand erreicht werden.

Zum Erfolg haben auch im vergangenen Jahr Aktivitäten von Industrie und Handel zur Einführung neuer Mehrweggebinde wie auch zur Bewerbung der entsprechenden Angebote beigetragen. Produktionsseitig konnten weitere Einsparungen von Energie und Material verzeichnet werden – ein Trend, der sich laut Herstellereinschätzungen durchaus fortsetzen wird. Die Awareness-Aktivitäten gegen das achtlose Wegwerfen von Abfall erfreuen sich kontinuierlich wachsender Akzeptanz und Unterstützung – was sich auch in steigender öffentlicher wie medialer Präsenz sowie in einer wachsenden Online-Fangemeinde niederschlägt.

Die Unterstützung der recyclingbewussten und engagierten Konsumenten ist Goldes Wert und unverzichtbarer Teil des Erfolgsrezeptes. Demnach wird es hierzu auch in Zukunft neue Initiativen, kreative Kampagnen und lösungsorientierte Impulse benötigen. Damit zeigt der Brückenschlag zwischen Ökologie und Ökonomie nachhaltige Wirkung – ein Modell, mit dem Österreich im internationalen Vergleich nach wie vor als beispielgebend gilt.

Die laufende gute Zusammenarbeit der Stakeholder im Rahmen einer freiwilligen Selbstverpflichtung zeigt also durchaus nachhaltige Wirkung – diesen erfolgreichen Weg des Umweltschutzes und der Ressourcenschonung im Bereich Getränkeverpackungen wollen wir weiter beschreiten.

Wir sagen „danke“ – den Trägern des Freiwilligkeitsgedankens in der Wirtschaft, aber auch den Sozialpartnern für ihre konstruktive Begleitung seit fünf Jahren.

Univ.Doz. Dr. Mag. Stephan Schwarzer

Obmann der Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda

Juni 2016

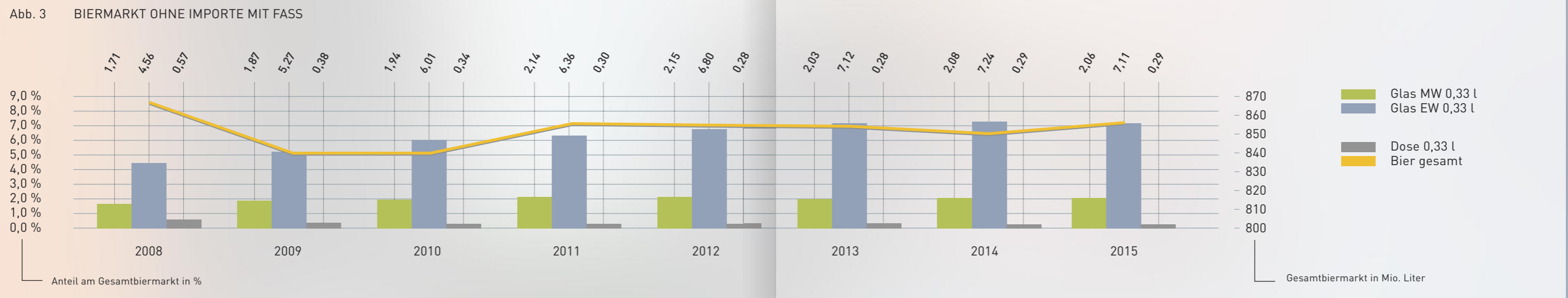
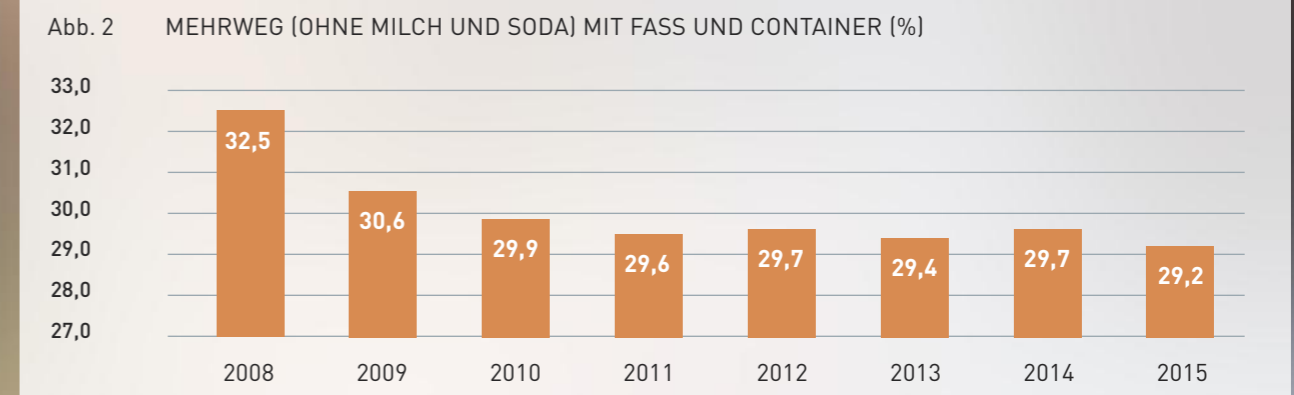
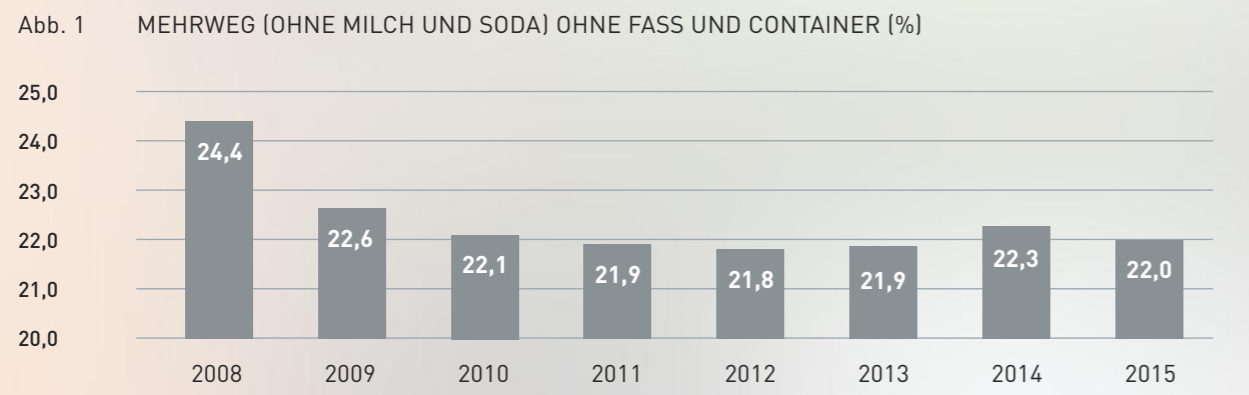
TREND- BESTÄTIGUNG

GETRÄNKE & GEBINDE

Das stabile Niveau der Mehrwegquote bei Getränkeverpackungen in Österreich konnte auch im Beobachtungszeitraum 2015 durch die Umsetzung der in der Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda vorgegebenen Maßnahmen fast unvermindert gehalten werden. Ohne finanzielle oder administrative Belastung bzw. etwaige aufwändige Systemumstellung soll auch in Zukunft sichergestellt werden, dass jeder Konsument in Österreich die für seinen jeweiligen Konsumanlass gewünschte Gebindeform erhält. Auch wenn das vergangene Jahr eine sanfte Abnahme der Mehrwegquote um 0,3 % brachte, so liegt der Anteil an MW-Gebinden mit 22 % im Trend der beständigen vergangenen fünf Jahre (siehe Abb. 1). Die Verminderung ist auf den heißen Sommer des letzten Jahres zurückzuführen. Bei hohen Temperaturen wird seitens der Konsumenten verstärkt auf alkoholfreie Getränke zurückgegriffen, die nicht in MW-Gebinden abgefüllt sind. Festzuhalten ist, dass es sich hierbei um eine „künstlich streng“ berechnete bzw. definierte Quote handelt, da hier die klassischen Mehrweggebinde „Fass“ und „Container“ nicht einbezogen sind.

Werden die Gebinde „Fass und Container“ inkludiert, so ergibt sich ebenfalls ein leichter Rückgang der MW-Quote auf 29,2 % (siehe Abb. 2). Einerseits ist dies mit einem leichten Rückgang der Gebinde „Fass und Container“ im Vergleich zum Vorjahr zu erklären, andererseits ebenso auf das oben beschriebene Konsumentenverhalten zurückzuführen.

Abbildung 3 informiert über moderate Einbußen der 0,33 l Glasflasche am österreichischen Biermarkt. Hier zeigt sich allerdings das erfreuliche Bild, dass die 0,33 l EW-Variante mit einem Minus von 0,13 % stärker zurückging, als das MW-Pendant (-0,02 %). Die 0,33 l Dose blieb dagegen unverändert.



NEUE ANGEBOTE, NEUE PRODUKTE

MASSNAHMEN ZUR MEHRWEGFÖRDERUNG

a. Aktivitäten des Handels

Seit der Unterzeichnung der Zusatzvereinbarung im Jahr 2011 haben sich u. a. sechs große Lebensmittelhandelsunternehmen dazu bekannt, Maßnahmen zur Stabilisierung des Mehrweganteils bei Getränken umzusetzen. Namentlich sind das die

- REWE International AG,
- Spar Österreichische Warenhandels-AG,
- Pfeiffer HandelsgmbH (inklusive Transgourmet [=früher C+C Pfeiffer]),
- Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH,
- Kastner GroßhandelsgesmbH,
- MPreis Warenvertriebs GmbH.

Die Diskonter Hofer KG, Lidl Austria GmbH und Penny Markt haben die Zusatzvereinbarung 2011 ebenfalls unterschrieben. Deren Fokus liegt vor allem auf Anti-Littering-Kampagnen und tragen verstärkt zu deren Finanzierung bei. Zusammen stellen diese Unternehmen faktisch/nahezu den gesamten relevanten österreichischen Lebensmittelmarkt 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 wie Mineralwasser, Saft und Limonaden in Glas-Mehrweggebinden angeboten.

Auch dieses Jahr kann die äußerst erfreuliche Grundaussage wieder getroffen werden, dass alle Unternehmen das Mehrwegangebot auf stabil hohem Niveau gehalten haben. Beim Bier hält der Trend, dass es größtenteils in Mehrwegflaschen verkauft wird, ungehindert an, wobei zwei der Unternehmen ihr Mehrwegbiersortiment um zwei bzw. vier Sorten erweitert haben. Am meisten nachgefragt wird nach wie vor die 0,5 l Glas-Mehrwegbierflasche. Erfreulich ist, dass das Angebot der 0,33 l Mehrwegbierflasche erhöht wurde: Bei zwei der Unternehmen wurde das 0,33 l Mehrwegbierflaschensortiment um mehrere Sorten erweitert, bei den anderen blieb es gleich. Alle sechs Unternehmen boten 2015 für mindestens sechs Monate eine 0,33 l Bier-Mehrwegsorte flächendeckend in zumindest einem Bundesland an, drei der Unternehmen in jedem Bundesland in dem sie einen Standort besitzen und eines umfassend in allen Bundesländern.

Bei alkoholfreien Getränken bzw. Fruchtsäften in Mehrweggebinden kam es bei zwei der Unternehmen zu einer Erweiterung des Angebots – um vier bzw. neun neue Sorten! Bei Mineralwässern wurde die Palette ebenfalls bei zwei Unternehmen erweitert, und zwar um eine bzw. drei neue Sorten.

Das Mehrwegangebot wird über alle üblichen Wege beworben: via Flugblätter, Inserate, Handzettel, direkt am Point of Sale (POS) und vermehrt auch über das Internet. Aufgrund des hohen Wiedererkennungswerts wird dabei auch beinahe immer das Mehrweg-Logo benutzt. Vielfach findet man das Mehrwegangebot auch zu Aktionspreisen, unter anderem informieren Plakate in diversen Größen über die Mehrwegkampagne.



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

Zusammenfassend gesehen sind die Aktivitäten des Handels zur Mehrwegförderung seit mehreren Jahren auf gleichbleibend hohem Niveau, stellenweise wurden diese erfolgreich ausgebaut.

b. Aktivitäten der Industrie

Im Beobachtungszeitraum 2015 kam es wie in den Jahren zuvor von Seiten Getränkeunternehmen und Abfüllern zu diversen Neuerungen betreffend das Angebot von Mehrweggebinden.

Ein Fruchtsafthersteller führte erfolgreich eine neue 1 l Mehrwegkiste (12 MW-Flaschen) ein. Ebenso können in Sachen Bier Produktneuerheiten bzw. -variationen vermeldet werden: Hier sind zwei neue 0,33 l sowie zwei neue 0,5 l Mehrwegbierflaschen zu nennen. Im Bereich des Mehrwegangebotes von Mineralwasser erweiterte ein Hersteller sein Sortiment um eine 1 l Mehrwegflasche.

Der Anteil von 0,5 l Mehrwegbierflaschen am österreichischen Biermarkt (inkl. Fass ohne Importe) betrug im Jahr 2015 gesamt 43,24 %, jener der 0,33 l Mehrwegbierflaschen 2,06 %.

Um die Aufmerksamkeit der Konsumenten auf das Mehrwegangebot zu lenken kamen 2015 unterschiedliche Werbemaßnahmen zum Einsatz. Auch im vergangenen Jahr war die Mehrwegflasche fixer Bestandteil der klassischen, österreichweiten TV-Spots großer Bierproduzente; im Gegensatz dazu wird die Einweg-Variante auch bei Print-Kampagnen fast nicht mehr eingesetzt. Des Weiteren wurden ebenso die Social-Media-Aktivitäten (Websites, Facebook, Instagram, Twitter) zur Bewerbung von Mehrwegangeboten erfolgreich weitergeführt und gegebenenfalls auch mit zusätzlichen Anreizen (Gewinnspiele) verknüpft. Als wichtiger Partner wird der Handel österreichweit auch weiterhin bestmöglich mit Mehrweggebinden versorgt.



AUS ÜBERZEUGUNG



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

Der große Vorteil von Getränkedosen bzw. der verwendeten Metalle Aluminium und Weißblech liegt darin, dass diese nicht erschöpflich und im unendlichen Materialkreislauf in gleichbleibender Qualität recycelt werden können. Auch wenn der Produktgebrauch ein natürliches Ende hat, so bleibt der Materialgebrauch dauerhaft. Alle in das österreichweite, dichte Sammelsystem eingebrachten Getränkedosen können somit immer wieder bei gleichbleibend hoher Materialqualität recycelt werden. Egal ob Aluminium oder Weißblech, die wertvollen Rohstoffe bleiben im Materialkreislauf erhalten. So können in einem nächsten Schritt wieder neue Produkte (z. B. Laptops, Fahrräder oder neue Dose) gefertigt werden. Gleichzeitig werden durch das Recycling der Getränkedosen wertvolle Ressourcen geschont, der Abfall reduziert und der für die Aluminium-Dosenproduktion benötigte Energieeinsatz um rund 95 % im Vergleich zur Neuproduktion reduziert.

Auch 2015 konnte durch laufende Optimierungsprozesse – wie z. B. der umweltschonenden und logistisch optimal abgestimmten Wall-to-Wall-Produktion – kontinuierlich Energie und Transporte eingespart werden. Produktion und Abfüllung finden hier bestmöglich am selben Ort statt; LKW-Kilometer werden bestmöglich vermieden.

Des Weiteren werden Forschung und Entwicklung in Sachen Materialeinsatz konsequent vorangetrieben. 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).





Mit einem variantenreichen Aktivitätenprogramm erreichte „jede Dose zählt“, die Initiative zum Getränke Dosenrecycling, die Österreicher im Jahr 2015 über 13 Millionen Mal und motivierte sie zum Sammeln der leeren Dosen für's Recycling. Insgesamt 79 Tage waren die CanRider der Initiative aktiv in Sachen Dosenrecycling unterwegs und animierten in gut 200 Stunden Live-Performance zu nachhaltigem, umweltbewusstem Verhalten.

Mit der einfachen Formel: 1. Austrinken, 2. CRUSHen (= flach drücken), 3. Sammeln im österreichweiten, dichten Metallsammelnetz, wird der Umgang mit Dosengetränken nicht nur ökologisch sinnvoll, sondern erhält auch einen individuellen Spaßfaktor. So bleibt jede gesammelte Getränkedose zu 100 % im endlosen Materialkreislauf erhalten, sie kehrt immer wieder als z. B. Fahrrad, Laptop, Autoteil, ... oder auch wieder als Getränkedose zurück. Dieser 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 die Neuproduktion benötigt wird. Im bereits sechsten 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 Getränke Dosenrecycling wird von namhaften österreichischen Unternehmen unterstützt.

Abschließend ist festzuhalten, dass bei Metlldosen auch 2015 eine Recyclingquote von 70 % erreicht werden konnte.

b. PET

Auch im Jahr 2015 wurde die hochwertige Schiene des Bottle-to-Bottle Recyclings für eine umfassende Ressourcenschonung weitergeführt und die 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 2015 9.097 t des post-consumer PET Rezyklats in Österreich der Produktion von PET-Flaschen zugeführt.

Wie auch in den Jahren zuvor wurde 2015 das Ziel der Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda erreicht. Darüber hinaus wurden 3.232 t an post-consumer PET Rezyklat der Produktion von weiteren Lebensmittelverpackungen zugeführt.



c. Glas

Die österreichische Glasindustrie legt ihren Schwerpunkt unvermindert auf die Weiterentwicklung der Leichtglastechnologie und den Ausbau des Sortiments an Leichtglas-Flaschen und -Konservengläser. Die Verringerung des Materialeinsatzes trägt deutlich zur Verbesserung der Ökobilanz von Glasverpackungen bei.

Gängige österreichische Weinflaschen wiegen beispielsweise bis zu 15 % weniger als vergleichbare europäische Flaschen. Der Einsatz von Altglas in der Produktion von Neuglas beträgt durchschnittlich 70 % und wirkt sich deutlich positiv auf die Ökobilanz aus.



Austria Glas Recycling GmbH liefert hierfür den Sekundärrohstoff. In Österreich entwickeln sich die Altglas-Sammelmengen seit Jahren sehr konstant – und das, obwohl Verpackungsglas immer leichter wird. Nicht nur der Sammeleifer der Bevölkerung ist europaweit im Spitzfeld. 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-Emissionen reduziert – ein wesentlicher und wichtiger Beitrag für den Klimaschutz.

Die Maßnahmen von Vetropack und Austria Glas Recycling zusammen ergeben für 2015 eine Einsparung von 28.200 t CO₂-Äquivalente.

d. Verbundkarton

Die drei bedeutendsten Hersteller von Getränkeverbundkartons in Europa haben alle europäischen Produktionswerke und Vertriebsorganisationen nach den Standards des Forest Stewardship Council®(FSC®) für den durchgehenden Produktkettennachweis (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.

Die Weiterentwicklung und der vermehrte Einsatz bio-basierter Verschlüsse und bio-basierter Polyethylenzwischen-schichten stellt einen weiteren bedeutenden Schritt der Getränkeverbundkartonhersteller zum ehrgeizigen Ziel dar, zukünftig alle Getränkeverbundkartons vollständig aus nachwachsenden Materialien herzustellen. Bei diesen bio-basierten Getränkeverbundkartons wird das zur Beschichtung eingesetzte Polyethylen niedriger Dichte und das Polyethylen hoher Dichte für den Verschluss-hals gänzlich aus Zuckerrohr hergestellt.

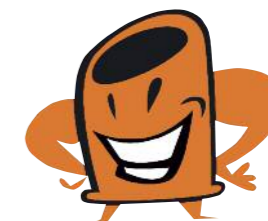
Der Einsatz von Ökostrom oder Strom aus Wasserkraft – ein Hersteller hat Ende 2015 alle Werke in Europa bereits auf 100 % „renewable electricity“ umgestellt – trägt ebenso zur Reduzierung der CO₂-Emissionen bei wie regelmäßige Umwelt-Audits, welche ökologische Schwachstellen analysieren und die Produktionsprozesse 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 2015; www.parispledge-fraction.org) anlässlich der 21. UN-Klimaschutzkonferenz und die aktive Mitgliedschaft bei Global Forest & Trade Network (GFTN) dokumentieren die ökologischen Zielsetzungen aller Getränkekartonhersteller.



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 Mehrweggebinden 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 lösungsorientierte 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 2015 wurden alle bisher getätigten Maßnahmen und Aktionen weitergeführt bzw. ausgebaut. Seit Start der Kampagne berichteten die österreichischen Printmedien (bis Ende 2015) 283-mal über „Reinwerfen statt Wegwerfen“ – und zwar durchgehend positiv. Somit wurden seit Mai 2012 rund 60 Millionen Menschen erreicht (allein im Beobachtungszeitraum 2015 rund 21 Millionen). 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 erhöhen, war die Initiative „Reinwerfen statt Wegwerfen“ mit entsprechenden Maskottchen auf über 250 Events präsent.




REINWERFEN STATT WEGWERFEN

Die Fortsetzung der Kooperation mit „Reinwerfen statt Wegwerfen“-Botschafter Gregor Schlierenzauer erreichte als österreichweite Rolling Board Kampagne mit insgesamt 272 Werbeflächen in 4 Schaltzeiträumen rund 63,5 Millionen Kontakte.

Um den Aspekt des Community-Buildings umzusetzen, dient die Website www.reinwerfen.at als Kampagnenplattform, auf der regelmäßig sämtliche relevante 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.

WIE GREGOR SCHLIERENZAUER

Österreichs Wirtschaft und die ARA für ein sauberes Österreich.

 reinwerfen und www.reinwerfen.at

Mit Ende 2015 standen gesamt 39.210 Visits zu Buche; davon waren über 78 % neue Besucher, die Seiten der Website wurden seit dem Start 173.734 Mal aufgerufen. Im Durchschnitt verbrachte ein Besucher fast drei Minuten auf der Plattform.

Auch der eigene Facebook-Auftritt www.facebook.com/reinwerfen konnte 2015 erfolgreich ausgebaut werden. Durch fortschreitende Vernetzung mit den Facebook-Communities der jeweiligen Partner, Facebook-Ads und Gewinnspielen konnten 5.419 neue Fans, 838 Beitragsinteraktionen sowie teilweise Reichweiten von bis zu 173.000 Personen erzielt werden. Es wurde eine über 18.500 Personen starke Online-Community aufgebaut. Die Altersgruppe zwischen 18 und 24 konnte dabei am stärksten erreicht werden. Mit dem Top Posting zur „Sauberste Region“ wurden über 65.000 Personen erreicht.

Den virtuellen Auftritt von „Reinwerfen statt Wegwerfen“ runden ein YouTube-Channel sowie ein E-Mail-Newsletter (Ende 2015 2.360 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 100 Anti-Littering Projekte und Flurreinigungsaktionen unterstützt worden.

Auch im Beobachtungszeitraum 2015 wurde die Aktion „Sauberste Gemeinde Österreichs“ weitergeführt. Eine Auszeichnung erhalten dabei österreichische Gemeinden, Regionen oder Städte, die sich um ein besonderes Engagement für die „Saubere Landschaft“ verdient machen. Als Sieger 2014 ging die Stadtgemeinde Kufstein mit 1.300 Votes unter allen Mitbewerbern hervor. Die Siegesfeier fand im Herbst 2015 auf der Festung Kufstein 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. Umso erfreulicher ist die Tatsache, dass die Initiative „Reinwerfen statt Wegwerfen“ bis 2017 verlängert wurde.

GANZHEITLICHES DENKEN

SICHERHEIT UND QUALITÄT

Metall

In den österreichischen REXAM Produktionswerken 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. Bezüglich Sicherheit kommen die Zertifizierungen ISO 18001 (Sicherheitsmanagement) und ISO 22000 (Lebensmittelsicherheit) seit den Jahren 2007 bzw. 2005 zur Anwendung.

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.

Für Hersteller von Glasbehältern, die in direktem Kontakt mit Lebensmittel stehen, ist eine hohe Produktsicherheit unabdingbar. Vetropack unterzieht 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.

Das innovative Projekt „Hard Glass Produktion“ wird in Österreich fortgesetzt. Dabei handelt es sich um die Entwicklung von speziell gehärteter und somit sehr robuster Glasverpackungen, die neue Standards in Sachen Glasgebinden setzen sollen. Die Produktionshalle und Anlagen sind fertig – man befindet sich in der Testphase.

Verbundkarton

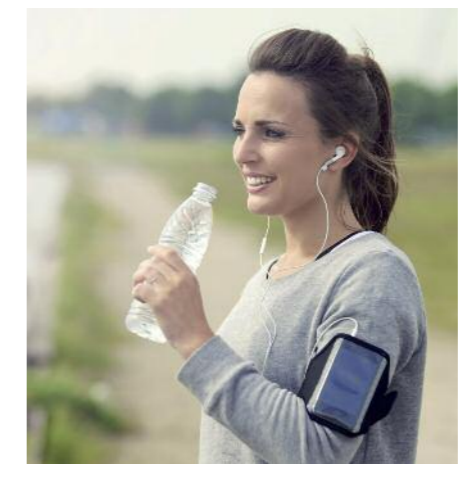
Die europäischen Produktionswerke der Getränkeverbundkartonhersteller sind nach ISO 9001 sowie ISO 14001 zertifiziert und tragen das Qualitäts-Label des Forest Stewardship Councils (FSC). Weiters verfügen bedeutende europäische Werke über ISO 50001:2011, das HACCP System (Hazard Analysis and Critical 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.



PET

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.

Auf ein erfolgreiches Jahr blickt die PET to PET Recycling Österreich GmbH mit ihrer beispielgebenden Bottle-to-Bottle Recyclinganlage in Müllendorf zurück. Im Beobachtungszeitraum 2015 kam es zu großen Neuinvestitionen in die Qualität der Anlage. So erfolgte die Umstellung der bisher trocken geführten Flaschenzerkleinerung auf eine schonende Nassvermahlung, ebenso wurde bereits nach der ersten Verarbeitungsstufe eine leistungsfähige Flakesortierung installiert. Mit Hilfe modernster Sortiertechniken werden so zunächst andersfärbige Flakes und in einem zweiten Schritt andere Kunststoffe entfernt. Die PET to PET Recycling Österreich GmbH ist nach allen relevanten Qualitätssicherungssystemen und Managementsystemen zertifiziert.



DIE ARBEITSGEMEINSCHAFT

A rowing team of several people in white shirts and caps are seen from behind, rowing a long, narrow boat on a calm blue body of water. The boat has a blue stripe along its side. The water is clear and reflects the sky. The overall scene is peaceful and focused.

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

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 Nichteisenmetall Dosen 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 Mehrwegbinde 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 Mehrwegbinden 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

Gen. Dir. Jozsef Tarsoly | 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. STAKEHOLDER-BEIRAT

Nominierungen Stand Oktober 2015

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, Bundesgremium Lebensmittelhandel

NOMINIERUNGEN DES FACHVERBAND LEBENSMITTELINDUSTRIE

Susanne Lontzen | 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 ÖSTERREICHS
Valentin Opfermann | PRÄKO

ÖSTERREICHISCHER GEWERKSCHAFTSBUND
Heinz Högelsberger | ÖGB

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND
WASSERWIRTSCHAFT
Christine Hochholdingner | BMLFUW

d. ANTI-LITTERING-PLATTFORM

Nominierungen Stand Oktober 2015

NOMINIERUNGEN DER ABFÜLLER

Susanne Lontzen | 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

Valentin Opfermann | 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, Fachverband Kartonverpackungen für flüssige Nahrungsmittel e.V., Berlin, Andi Bruckner, KASTNER GroßhandelsgesmbH, MERKUR Warenhandels AG, Nah&Frisch, PET 2 PET Recycling Österreich GmbH, REXAM PLC, Peter Rigaud, SPAR Österreichische Warenhandels-AG, Vetropack Holding AG, 123RF

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

