ERFOLGREICH ZUKUNFT GESTALTEN

NACHHALTIGKEITSAGENDA FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN

JUNI 2018

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

INHALT

VORWORT 2 — EINE GESCHICHTE DES ERFOLGES

GETRÄNKE & GEBINDE 4 — NACHHALTIGE WIRKUNG

MASSNAHMEN ZUR MEHRWEG-FÖRDERUNG 8 — GEMEINSAM ZIELE ERREICHEN

ÖKOLOGISCHE PERFORMANCE VON EINWEGGEBINDEN 14 — GELEBTE INNOVATION

ANTI-LITTERING 22 — REINWERFEN STATT WEGWERFEN

SICHERHEIT UND QUALITÄT 26 — STETIGE ENTWICKLUNG

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER NACHHALTIGKEITSAGENDA FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN 32 — DIE ARBEITSGEMEINSCHAFT

ZUSATZVEREINBARUNG 2011 33 — ANHANG

IMPRESSUM

Aus Gründen der Lesbarkeit wird im Folgenden das generische Maskulinum verwendet.
Selbstverständlich bezieht sich die hier verwendete, männliche Form immer auf beide Geschlechter.

EINE GESCHICHTE DES ERFOLGES – AUFTRAG FÜR DIE ZUKUNFT

VORWORT

Die Republik ist ihrer Zeit voraus. Während aktuell auf europäischer Ebene das lang erwartete Kreislaufwirtschaftspaket geschnürt wurde, begann Österreich bereits 2004 seine eigene Erfolgsgeschichte zu schreiben. Der Titel: Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen. Der Inhalt: die Optimierung ihrer Umweltperformance.

Ursprünglich bis 2008 angesetzt wurde die freiwillige Selbstverpflichtung nach Evaluierung durch die Sozialpartner und Abstimmung mit dem damaligen Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft zuerst bis 2017 und letztes Jahr nun bis 2030 ein weiteres Mal verlängert. Denn die vielfältigen Maßnahmen und Aktionen zeigten Wirkung, alle bisherigen Zielvorgaben wurden erfüllt.

Großen Anteil daran hat die Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda, die Gegenstand des vorliegenden Berichts ist. 2011 von den österreichischen Sozialpartnern im Auftrag des Parlaments entwickelt, greifen hier unterschiedliche Maßnahmen von Industrie, Handel sowie den Sammel- und Verwertungssystemen im Sinne von Umwelt- und Klimaschutz bestmöglich ineinander.

Dabei ist die Palette an Aktionen groß: Sie reicht von innovativen Lösungen im Bereich Mehrweg-Gebinde, über neue ressourcenschonende Ansätze in der Produktgestaltung bis hin zu effektiver Platzierung und Bewerbung von Mehrweg-Varianten im Handel. Reichweitenstarke Initiativen zur Bewusstseinsbildung von Konsumentinnen und Konsumenten, etwa gegen das achtlose Wegwerfen von Müll im öffentlichen Raum oder für die richtige Sammlung wertvoller Sekundärrohstoffe, runden das Maßnahmenbündel ab.

Dank dieser gemeinsamen Anstrengungen konnte die Mehrweg-Quote langfristig stabilisiert und im Beobachtungszeitraum 2017 auf 22,3 % erhöht werden (2016: 22,0 %). Das in der „Sozialpartnerempfehlung Mehrweg"* festgehaltene Ziel eines Mehrweg-Gebindeanteils von 22,1 % wurde damit erreicht.

Demnach sind die vergangenen Jahre ohne Zweifel positiv zu bewerten. Doch um sich auszuruhen bleibt keine Zeit. Mit der zu Beginn angesprochenen Fortschreibung der Nachhaltigkeitsagenda sind die Weichen für eine nachhaltige Zukunft bereits gestellt. Eine Zukunft, die wie bisher von konstruktivem Dialog und regelmäßigem Austausch aller Akteure gekennzeichnet sein soll. Denn nur mit vereinten Kräften und konsequenten Weiterentwicklungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette wird auch das nächste Kapitel ein Teil der österreichischen Erfolgsgeschichte werden. Und das wollen wir!

Univ.Doz. Dr. Mag. Stephan Schwarzer
Obmann der Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda
Juni 2018

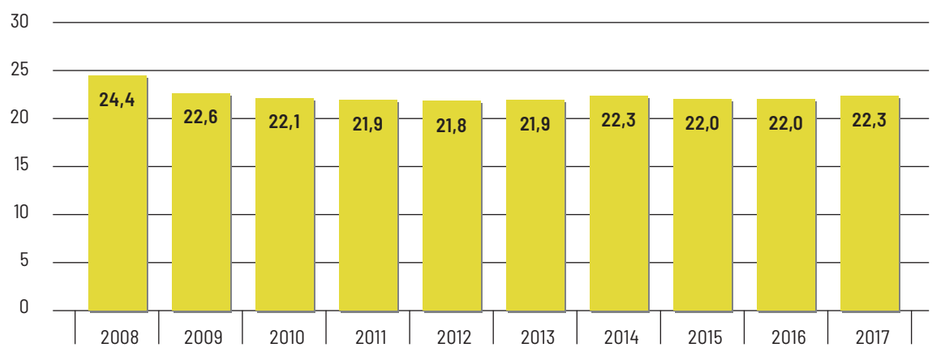
* Die Sozialpartnerempfehlung Mehrweg und ihre Evaluierung sind unter **www.sozialpartner.at** abrufbar.

NACHHALTIGE WIRKUNG

GETRÄNKE & GEBINDE

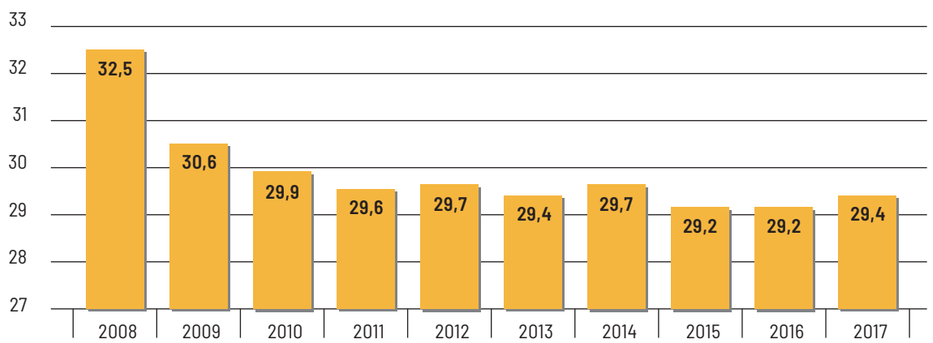
Durch die Umsetzung der in der Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda vorgegebenen vielfältigen Maßnahmen, sowie dem Zusammenwirken aller Akteure der österreichischen Getränkewirtschaft, konnte der Anteil an Mehrweg-Gebinde im vergangenen Jahr wieder leicht erhöht werden. Die Mehrweg-Quote betrug 2017 22,3 %, was einem leichten erfreulichen Plus von 0,3 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Positiv hervorzuheben ist zudem der damit bestätigte Trend seit Unterzeichnung der Zusatzvereinbarung 2011 – die Mehrweg-Quote befinden sich auf einem stabilen Niveau. Das Kernziel der Stabilisierung des Mehrweg-Anteils am Level von 2010 – wie von den Sozialpartnern in der „Selbstverpflichtung Mehrweg" festgehalten – wurde demnach erreicht (siehe Abb. 1).

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



Anzumerken ist, dass die Mehrweg-Quote hierbei mittels „künstlich streng" definierter Berechnungsmethode ermittelt wurde, da die klassischen Mehrweg-Gebinde „Fass" und „Container" nicht in die Berechnung inkludiert wurden. Berücksichtigt man die angesprochenen Gebinde „Fass" und „Container", ergibt sich eine Mehrweg-Quote von 29,4 % im Bezugszeitraum 2017 sowie ebenfalls eine leichte Erhöhung des Mehrweg-Anteils von 0,2 % (siehe Abb. 2).

ABBILDUNG 2 MEHRWEG – OHNE MILCH UND SODA – MIT FASS UND CONTAINER [%]



Der Getränkeabsatz im Fass ist jedoch seit Jahren kontinuierlich rückläufig. Wie ersichtlich verlor das Gebinde – bezogen auf den Ausgangswert von 2008 (334 Mio. l = 100 %) rund 17,3 % bzw. 58 Mio. l bis zum Jahr 2017. Darüber informiert Abbildung 3.

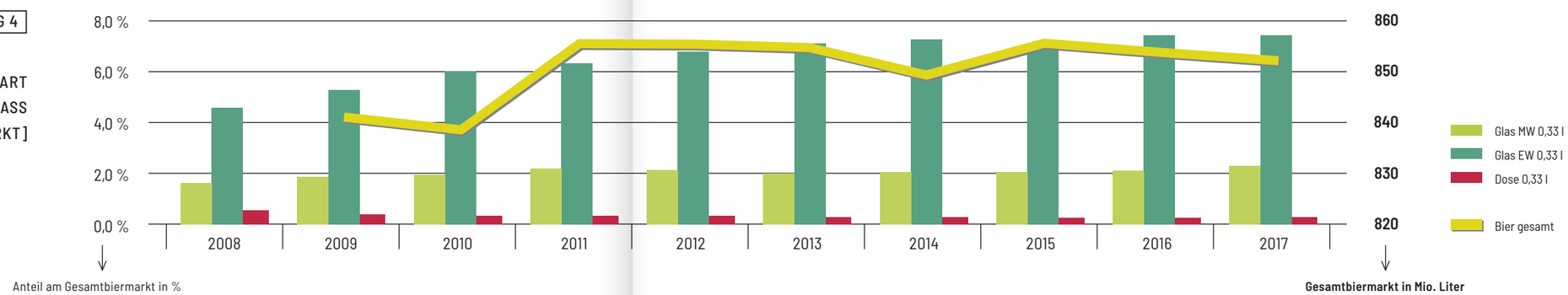
ABBILDUNG 3 GETRÄNKEABSATZ IM FASS – VERÄNDERUNG ZU 2008

Der gesamte österreichische Biermarkt wiederum blieb seit 2011 weitgehend stabil. Darüber, sowie über die positive Entwicklung der 0,33 l Glasflasche 2017, informiert Abbildung 4: Mit einem Plus von 0,17 % konnte die 0,33 l Mehrweg-Variante mehr als doppelt so viel zulegen, wie ihr Einweg-Pendant mit 0,08 %. Die Dose verzeichnete ebenso eine leichte Steigerung ihres Anteils um 0,01 %.

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.

ABBILDUNG 4

BIERMARKT
OHNE IMPORTE – MIT FASS
[% VOM GESAMTBIERMARKT]



GEMEINSAM ZIELE ERREICHEN

MASSNAHMEN ZUR MEHRWEG-FÖRDERUNG

a. Aktivitäten des Handels

Der österreichische Lebensmittelhandel verschreibt sich bereits seit 2011 den Inhalten und der Umsetzung der Zusatzvereinbarung und richtet dabei den Fokus vor allem auf die Förderung von Mehrweg-Gebinden sowie auf die Unterstützung der Anti-Littering-Kampagne.

Zum einen setzen zahlreiche Lebensmittelhandels-unternehmen laufend Schritte, die der Stabilisierung der Mehrweg-Quote bei Getränken dienen.

Folgende Unternehmen legen dabei den Schwerpunkt auf die Förderung der Verwendung von Mehrweg-Gebinden:

- REWE International AG
- Spar Österreichische Warenhandels-AG
- Unimarkt Handelsgesellschaft m.b.H. & Co. KG
- Transgourmet Österreich GmbH
- Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH
- Kastner GroßhandelsgesmbH
- MPreis Warenvertriebs GmbH

Zum anderen wird die Anti-Littering-Kampagne von den Diskontern Hofer KG, Lidl Austria GmbH und Penny Markt finanziell unterstützt, um die Bewusstseinsbildung gegen achtloses Wegwerfen von Abfall im öffentlichen Raum zu stärken. Erfreulicherweise hat sich das Unternehmen Lidl Austria GmbH heuer erstmals dazu entschieden, zusätzlich zur Unterstützung der Anti-Littering-Kampagne, ebenfalls Bier in 0,5 l Mehrweg-Flaschen im Sortiment zu testen.

Der österreichische Lebensmittelhandel bietet seinen Kunden eine breite Auswahl an Getränken in Mehrweg-Gebinden. Bei den zu Beginn genannten Handelsunternehmen finden sich unter anderem Mineralwasser sowie andere alkoholfreie und alkoholische Getränke als Mehrweg-Gebinde im Regal. Dazu zählen vor allem Bier in 0,5 l und 0,33 l Flaschen sowie Wein in 1 l und 2 l Flaschen.

Von 2016 auf 2017 hat sich vor allem das Angebot von 0,33 l Mehrweg-Bierflaschen vergrößert, wobei gleich vier Unternehmen ihr Angebot um mindestens eine oder mehr Sorten Bier in der 0,33 l Flasche erweitert haben. Lediglich bei einem Unternehmen kam es zu keinem neuen Angebot im 0,33 l Mehrweg-Sortiment bei Bier.

Die Verteilung auf die einzelnen Bundesländer, in denen im Jahr 2017 zumindest sechs Monate flächendeckend mindestens eine 0,33 l Bier-Mehrweg-Sorte angeboten wurde, hat sich ebenfalls positiv entwickelt:

- Ein Unternehmen hat in allen Bundesländern ein Angebot.
- Ein Unternehmen hat in 8 von 9 Bundesländern mindestens eine 0,33 l Bier-Mehrweg-Sorte im Sortiment.
- Zwei Unternehmen bieten in allen Bundesländern, in denen sie Filialstandorte besitzen, an.
- Drei Unternehmen haben zumindest in einem Bundesland ein Angebot.

Wie im Jahr davor konnte 2017 das Angebot von Bier in Mehrweg-Gebinden nochmals erhöht werden. Konkret hat ein Unternehmen seine Auswahl um 8 Sorten erhöht, weitere vier Unternehmen haben das Sortiment um drei, vier, sechs bzw. sieben Sorten erweitert.

Gleichermaßen wurde das Angebot bei alkoholfreien Getränken bzw. Fruchtsäften sowie Mineralwasser in Mehrweg-Gebinden ausgedehnt. Dabei haben zwei Unternehmen in diesen beiden Bereichen das Angebot um insgesamt 14 Sorten erweitert. Vier Unternehmen konnten ihr Sortiment im Bereich der alkoholfreien Getränke sowie bei den Furchtsäften stabil halten.

Nach wie vor wird die Mehrweg-Kampagne von den Unternehmen auf verschiedenen Kanälen beworben. Bei der Bewerbung gelangt größtenteils das mittlerweile gut etablierte und bekannte Mehrweg-Logo zum Einsatz. Je nach Medium wird das Logo auch durch einen Erklärungstext ergänzt.

Online erfolgt die Bewerbung auf den firmeneigenen Webseiten bzw. im Online-Shop. Zudem werden auch soziale Medien in die diversen Kampagnen eingebunden. Daneben wird auch auf klassische Information und Bewerbung via Flugblätter, Inserate, Flyer gesetzt und auch am Point of Sale (POS) auf die Mehrweg-Gebinde hingewiesen. Überdies fördert der österreichische Lebensmittelhandel das Mehrweg-Angebot durch Aktionspreise, Mengenrabatte oder Sonderplatzierungen.

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

Zusammenfassend gesehen sind die Aktivitäten des Handels zur Mehrweg-Förderung also auf gleichbleibend hohem Niveau.

b. Aktivitäten der Industrie

Auch im vergangenen Jahr erweiterten Getränkeunternehmen und Abfüller das Angebot bzw. Sortiment an Mehrweg-Gebinden.

Von Seiten der österreichischen Brauwirtschaft vermeldete eine Brauerei die Neueinführung einer Bierspezialität in einer 0,5 l Mehrweg-Bügelflasche, die ebenso im klassischen 4er-Träger-Format erhältlich ist. Darüber hinaus wurde noch ein weiteres saisonales Bier in einer 0,5 l Mehrweg-Flasche ins Sortiment aufgenommen. Ein anderer Bierhersteller führte ebenso ein neues Produkt in einer 0,5 l Longneck Mehrweg-Flasche ein. Ebenso ist festzuhalten, dass eine Brauerei ihr Bier ausschließlich in Mehrweg-Gebinden vertreibt. Der Anteil von 0,5 l Mehrweg-Bierflaschen am gesamten österreichischen Biermarkt (ohne Importe) betrug im Jahr 2017 rund 44 %. Die 0,33 l Glas Mehrweg-Bierflasche konnte ihren Anteil gegenüber 2016 um 11 % auf 2,3 % steigern.

Ebenso erweiterten Fruchtsafthersteller das Angebot an Mehrweg-Gebinden. Ein Produzent führte einen neuen Premiumsaft in einer 0,9 l Mehrweg-Bügelflasche ein. Ein anderer Hersteller nahm eine neue 0,33 l Mehrweg-Flasche ins Sortiment auf und erweiterte gleichzeitig den Kistenfuhrpark für 0,33 l Mehrweg-Gebinde.

Ein Abfüller von Mineralwasser wiederum führte 2017 einen umfassenden Marken- und Designrelaunch durch, der ebenso alle Mehrweg-Gebinde miteinschloss. Dabei kam es unter anderem zur Einführung einer neuen 1 l Design Mehrweg-Flasche.

Ein Großteil aller Getränkeunternehmen und Abfüller legt mittlerweile einen Nachhaltigkeitsbericht, der teils auch Informationen zum Thema Mehrweg enthält. Oftmals werden die Mehrweg-Aktivitäten der öffentlichen Hand zusätzlich unterstützt. Sei es durch die Teilnahme an Initiativen oder „Green Events“, POS Aktivitäten, ausgewählte Printanzeigen, den Einsatz von Mehrweg-Displays oder eben der Unterzeichnung der Nachhaltigkeitsagenda der Getränkewirtschaft.

Beworben wurde das Mehrweg-Angebot – wie auch schon in den Jahren zuvor – umfangreich bzw. auf allen verfügbaren Kanälen. 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.

GELEBTE INNOVATION

ÖKOLOGISCHE PERFORMANCE VON EINWEGGEBINDEN

a. Metall

Aluminium, das unter anderem für die Herstellung von Getränkedosen verwendet wird, lässt sich nahezu unendlich oft und ohne Qualitätsverlust wiederverwerten.

Voraussetzung dafür ist eine effiziente getrennte Sammlung. So kann beispielsweise in nur 60 Tagen aus einer leeren Getränkedose eine neue entstehen. Zudem spart Recycling im Vergleich zur Neuproduktion von Aluminium rund 95 Prozent der Energie. Aluminium ist daher nicht nur ein idealer Wertstoff für die Kreislaufwirtschaft, sondern durch seine positiven Eigenschaften wie etwa der Leichtigkeit des Materials besonders vielseitig einsetzbar: Zahlreiche Gegenstände wie Fahrradrahmen, Autoteile, Smartphone- oder Laptopgehäuse können daraus hergestellt werden.

75 Prozent des jemals für alle Verwendungen produzierten Aluminiums befinden sich auch heute noch im Umlauf. Um diesen Prozentsatz weiter zu steigern und insbesondere junge Menschen über diesen wertvollen Sekundärrohstoff Aluminium und dessen korrekte Entsorgung zu informieren, wurde die Initiative „Jede Dose zählt" 2017 auf völlig neue Beine gestellt. Ein modernes Promotion-Konzept, für das auch ein eigenes Virtual Reality Game programmiert wurde, soll eine positive Verhaltensveränderung bei Konsumentinnen und Konsumenten unterstützen. Dafür wurde der Wiener Schwarzenbergplatz als virtuelle Umgebung nachgebaut. Dort müssen in einem vorgegebenen Zeitraum von 2 Minuten so viele Dosen wie möglich in die richtigen Behälter geworfen werden. Dieser Einsatz von

Gamification ermöglicht es nicht nur, eine Zielgruppe zu erreichen, die für das Thema Recycling schwer begeisterungsfähig ist, sondern auch das gewünschte Verhalten spielerisch zu simulieren. Insbesondere durch die Kooperation mit Getränkeherstellern erreichte die Initiative im vergangenen Jahr mehr als 35.000 Menschen allein bei Musik- und Sportveranstaltungen. Mit einem neuen Videospot zum Recycling-Kreislauf sowie einem Relaunch der Social Media-Aktivitäten (Facebook & Instagram) konnte auch das Online-Engagement von „Jede Dose zählt" auf eine breite Basis gestellt werden und hat sich hier mittlerweile eine lebendige, interessierte Community aufgebaut. Für das kommende Jahr wird darüber hinaus ein eigenes Recyclingprogramm für Unternehmen entwickelt, um auch am Arbeitsplatz aufzuklären und zu verhindern, dass der Wertstoff im Restmüll landet.

Erfolgreich war 2017 auch die Kooperation mit der Altstoff Recycling Austria AG (ARA), deren Resultat unter anderem mehr als 1.000 gebrandete Metallsammelbehälter mit dem „Jede Dose zählt"-Sticker sind. Weitere gemeinsame Projekte sind bereits in Planung – nach dem Motto „Recycling ohne Limit!"

jede dose zaehlt
bitte recyceln!

Wie in den Jahren zuvor konnte auch im Beobachtungszeitraum 2017 bei Metalldosen eine Recyclingquote von 70 % erreicht werden.

b. PET

Im Beobachtungszeitraum 2017 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 vergangenen Jahr 10.288 t des post-consumer PET Rezyklats in Österreich der Produktion von PET Flaschen zugeführt. Damit wurde auch 2017 das Ziel der Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagenda erreicht.

Darüber hinaus wurden 4.201 t an post-consumer PET Rezyklat der Produktion von weiteren Lebensmittelverpackungen zugeführt.

c. Glas

Die Herstellung von Glas ist energieintensiv und dennoch nachhaltig. Denn Glas verfügt über hervorragende Eigenschaften: Es lässt sich immer und immer wieder recyceln ohne an Qualität zu verlieren. Eines der wichtigsten Ziele der österreichischen Glasindustrie ist es daher, den Altglasanteil in der Produktion von Neuglas weiter auszubauen.

Ein möglichst hoher Anteil an recyceltem Scherbenmaterial hat insofern einen positiven Einfluss auf die CO_2- Emissionen, als für das Schmelzen von Altglas der Energiebedarf

geringer ist als für die Herstellung von Glas aus den Primärrohstoffen Soda, Quarzsand, Kalk und Dolomit. Bevor die Scherben zum Einsatz kommen, werden sie aufbereitet. Fremdmaterialien wie Metall, Stein, Keramik, Porzellan und Restmüll müssen aussortiert werden. Die österreichische Glasindustrie forciert die Erhöhung des Scherbenanteils durch gezielte Investitionen in die Altglasaufbereitungsanlagen. Mit Hilfe einer integrierten Farbtrennung, sowie einer Scherbenwasch- und Trocknungsanlage kann noch mehr Sekundärrohstoff Altglas gewonnen und eingesetzt werden. Der Einsatz von Altglas in der Produktion von Neuglas beträgt durchschnittlich rund 70 %. Das Zusammenspiel zwischen hohem Altglasanteil und technologischer Innovation ist der wichtigste Hebel für einen möglichst nachhaltigen Energieeinsatz.

Ressourcenschonung und verringerter Materialeinsatz sind weitere Prioritäten der Glasindustrie. Dank ausgereifter Produktionsverfahren sind Glasflaschen und Konservengläser heute deutlich leichter als früher, ohne an Stabilität einzubüßen oder ihre herausragenden Eigenschaften zu verlieren. Die Leichtglastechnologie garantiert dünnwandige Glasbehälter, die in Bezug auf Stabilität und Festigkeit den Vergleich mit konventionellen Verpackungen aus Glas nicht scheuen. Ebenso bleiben alle ökologischen Vorteile von Glas erhalten: Leichtglas ist zu 100 Prozent recycelbar und verhält sich absolut neutral gegenüber dem Inhalt.

Innovative Computer-Technologien (FEM Finite Elemente Methode), bei denen mögliche Schwachstellen im Vorfeld der Flaschenproduktion ausgeschaltet werden, und ausgefeilte Produktionsverfahren sorgen für den reibungslosen Ablauf bei Herstellung, Abfüllung, Lagerung, sowie Transport und Handling.

Die Austria Glas Recycling GmbH liefert 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 Spitzenfeld. Das österreichische Glasrecyclingsystem gilt auch aufgrund der ökologischen und nachhaltigen Ausrichtung als Best Practice innerhalb der EU. Die Austria Glas Recycling ist gemäß EMAS (Umweltmanagement) 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 CO_2-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 2017 konnte die Sammeleffizienz um 10 % gesteigert werden. 2012 sammelte man 89,5 kg Altglas je km, 2017 waren es bereits 98,2 kg. Gleichzeitig wurde der spezifische Treibstoffverbrauch zwischen 2012 und 2017 von 5,6 auf 5,1 l Diesel je Tonne gesammeltem Altglas reduziert.

- 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.

90 % aller Fahrten werden mit LKW dieser drei Abgasklassen durchgeführt, 39 % bereits mit EURO VI LKW – bei einer jährlichen Fahrleistung der gesamten LKW-Sammelflotte von 2,4 Mio. km ein bedeutender Beitrag zur Verbesserung der Luftqualität.

- Durch die Reduktion des Dieselverbrauchs je transportierter Tonne sowie den vermehrten Einsatz möglichst umweltfreundlicher LKWs wurden die maximalen Staubemissionen in den Jahren 2012 bis 2017 von 1.100 kg pro Jahr um 71 % auf 320 kg pro Jahr gesenkt. Die Kohlenmonoxidemissionen wurden im gleichen Zeitraum um 40 % reduziert. Diese Einsparung entspricht dem Ausstoß von 1,2 Mrd. PKW-km.

- Für den Transport des Altglases von den Umladestationen zu den Verwertern kommt verstärkt die Bahn zum Einsatz. 2017 erfolgten 37 % des Transportes per Bahn, 2012 waren es 29 %. Die Forcierung der Bahn als Transportmittel verringert den Carbon Footprint der Altglassammlung weiter.

Die Optimierung der Altglasaufbereitung in den Vetropack-Werken erfolgt kontinuierlich. Die Altglassortierung wurde erweitert, das Ausschussmaterial wird noch einmal aufbereitet, um zusätzlich nutzbare Glasscherben für die Neuglasproduktion zu erhalten. 10 % Scherbeneinsatz in der Produktion von Neuglas spart 3 % Energie und 7 % CO_2-Emissionen.

d. Verbundkarton

Die Getränkeverbundkartonhersteller eint das Ziel, in Zukunft alle Getränkeverbundkartons vollständig aus nachwachsenden Materialien zu produzieren. Bereits seit 2014 werden 100% bio-basierte Verpackungen aus Karton und Polyethylen angeboten. Diese bio-basierten Getränkekartons ermöglichen die Abkehr von fossilen Rohstoffen und verbessern die Ressourceneffizienz.

Alle europäischen Produktionswerke und Vertriebsorganisationen der drei bedeutendsten Hersteller von Getränkeverbundkartons sind nach den Standards von FSC® (Forest Stewardship Council®) sowie dem durchgehenden Produktkettennachweis (FSC® Chain of Custody) zertifiziert. Dementsprechend sind alle in Österreich verkauften Getränkekartons ausschließlich aus FSC® -zertifiziertem Karton hergestellt und tragen das FSC® Logo zur überwiegenden Mehrheit sichtbar auf der Verpackung.

Der Einsatz von Ökostrom oder Strom aus Wasserkraft – ein Hersteller hat bereits alle Werke in Europa auf 100 % „renewable electricity" umgestellt – unterstützt ebenso die Reduzierung der CO_2-Emissionen wie regelmäßige Umwelt-Audits. Diese tragen wesentlich zur fortlaufenden Optimierung der Produktionsprozesse – auch beim Abfüller von Getränkekarton – bei, da ökologische Potenziale analysiert und bestmöglich genutzt werden.

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**), die aktive Mitgliedschaft bei Global Forest & Trade Network (GFTN) sowie Zertifizierungen nach ISCC PLUS (International Sustainibility and Carbon Certification PLUS) dokumentieren die ambitionierten ökologischen Zielsetzungen und Erfolge der bedeutendsten Getränkekartonhersteller. Dazu zählt auch ein bio-basierter Getränkeverbundkarton, der den ersten Platz in der Kategorie „Umweltfreundliches Produkt" im Zuge des renommierten „Green Star Packaging Award" erringen konnte.

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 Mehrweg-Gebinden 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

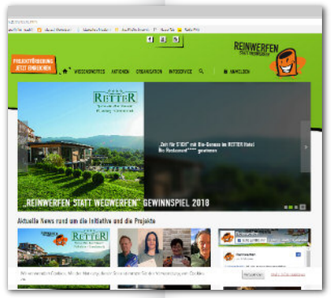
Ansatz: der richtige Sammelbehälter für den jeweiligen Abfall. Die operative Umsetzung der Kampagne erfolgt unter Einbeziehung der Wirtschaftskammer Österreich durch die Altstoff Recycling Austria AG (ARA). Dabei wird auf die Reputation und österreichweite Bekanntheit der ARA gesetzt, sodass die Glaubwürdigkeit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

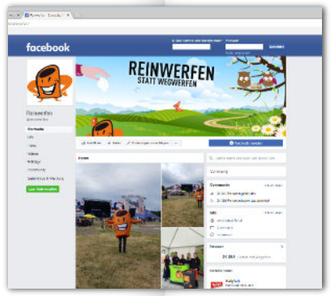
Im Beobachtungszeitraum 2017 wurden alle bisher getätigten Maßnahmen und Aktionen weitergeführt bzw. ausgebaut. Seit Start der Kampagne hat sich die Initiative in den österreichischen Printmedien ein durchgehend positives Image aufgebaut: „Reinwerfen statt Wegwerfen" ist eine erfolgreiche Initiative 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. Dadurch konnten seit Mai 2012 mehr als 77 Millionen Kontakte erzielt 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 – sowie Event-Promotions oder Give Aways). Um die Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung zu schaffen, war die Initiative „Reinwerfen statt Wegwerfen" mit Maskottchen auf über 370 Events präsent.

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. Mit Ende 2017 standen gesamt 74.249 Sitzungen zu Buche, die Seiten der Website wurden seit dem Start 234.044 Mal aufgerufen.

Auch der eigene Facebook-Auftritt **www.facebook.com/reinwerfen** konnte 2017 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 „Stadionquiz" für das Serbien-Länderspiel, über 15.000 Video-Views sowie für sämtliche Gewinnspiele Reichweiten von über 450.000 Personen erzielt werden. Im gesamten Jahr 2017 kam es zu über 32.000 Beitragsinteraktionen, etwa 5.500 Kommentaren und über 1.000 Shares. Es wurde eine Online-Community von 30.300 Fans aufgebaut, was einer Steigerung von 4.000 Fans seit dem Vorjahr entspricht. Die Altersgruppe zwischen 21 und 31 konnte dabei am stärksten erreicht werden (54 % Frauen, 46 % Männer). Das erfolgreichste Posting war das Stadionquiz zum Serbien-Länderspiel mit über 73.000 erreichten Personen. Beworbene Postings („Promoted Posts") sowie allgemeine, auf Likes ausgerichtete Werbekampagnen erreichten im Jahr 2017 etwa 1,15 Millionen Personen in ganz Österreich.

Den virtuellen Auftritt von „Reinwerfen statt Wegwerfen" runden ein YouTube-Channel sowie ein E-Mail-Newsletter (Ende 2017: 2.254 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 370 Anti-Littering-Projekte und Flurreinigungsaktionen unterstützt worden.

Auch im Beobachtungszeitraum 2017 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 2017 ging die Stadt Wien unter allen Mitbewerbern hervor. Die Siegesfeier fand im Herbst 2017 in Wien statt.

Weiters wurde 2017 beschlossen, die Initiative „Lebensmittel sind kostbar" des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus als integralen Bestandteil in die Aktivitäten und Kommunikationsmaßnahmen von „Reinwerfen statt Wegwerfen" einzubinden. Durch diesen ganzheitlichen Zugang geht die Initiative einen neuen Weg, der über bisherige punktuelle Schwerpunktsetzungen hinausgeht.

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.

STETIGE ENTWICKLUNG

SICHERHEIT UND QUALITÄT

a. Metall

Österreichs Produktionsstätten für Getränkedosen sind nach allen relevanten Qualitätssicherungssystemen und Managementsystemen zertifiziert. Darunter fallen unter anderem ISO 9001 (Qualitätsmanagement), ISO 14001 (Umweltmanagement), ISO 22000 (Lebensmittelsicherheit) sowie ISO 18001 (Sicherheitsmanagement).

b. Glas

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

laufend Inspektionsmaschinen zum Einsatz, die hinsichtlich Wandstärke, Risse oder z. B. Einschlüssen die Produkte kontrollieren.

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.

Erfreulicherweise erfolgte die Zertifizierung nach OHSAS im Vetropack Werk Pöchlarn wie geplant Anfang 2017. Das Unternehmen erfüllt damit im Bereich Arbeitssicherheit folgende Kriterien:

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

Abschließend bleibt festzuhalten, dass weiterhin am Pilot Projekt zur Entwicklung von speziell gehärteten und somit sehr robusten Glasverpackungen gearbeitet wird.

c. Verbundkarton

Die europäischen Produktionswerke der Getränkeverbundkartonhersteller sind nach ISO 9001 (Qualitätsmanagement) sowie ISO 14001 (Umweltmanagment) zertifiziert und tragen das Qualitäts-Label FSC® (Forest Stewardship Council®) für Karton aus nachhaltiger Forstwirtschaft . Weiters verfügen bedeutende europäische Werke über ISO 50001:2011 (Energiemanagement), 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 oder innovative Seperatoren in Molkereien, helfen Abfüllern von Getränkekartons, den Energie- und Ressourcenverbrauch markant zu senken. Und dass, ohne die Sicherheit oder Qualität des Endprodukts zu beeinträchtigen. Gemeinsam mit den Kunden werden bereits in der Planungs- und Entwicklungsphase von Prozessanlagen klare Umweltzielsetzungen hinsichtlich der Minimierung von Produktverlusten, Wasser-, Energie- und Reinigungsmittelverbräuchen festgelegt. Der Einsatz nachwachsender Rohstoffe bei PE-Folien und Verschlüssen sowie die Nutzung erneuerbarer Energien zählen ebenso zu den Grundpfeilern der Umweltstrategie der Getränkeverbundkartonhersteller.

d. PET

Die PET to PET Recycling Österreich GmbH trägt, als internationales Vorzeigeunternehmen, maßgeblich zur Sicherstellung einer lückenlosen und ressourcenschonenden Wiederverwertung von PET-Flaschen bei und leistet, seit der Inbetriebnahme der Recycling-Anlage 2007, einen wesentlichen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft in Österreich.

Im Jahr 2017 wurde die neue Erweiterungsstufe der automatischen Flaschensortieranlage in Betrieb genommen. Dank verbesserter Vorreinigung können nun noch mehr angelieferte PET-Flaschen dem Recycling-Kreislauf zugeführt werden. Zudem kommt seit dem vergangenen Jahr die neueste Sortiertechnologie bei PET-Flakes zum Einsatz. Beide Maßnahmen ergeben eine nochmalige Steigerung der Produktqualität, die höchsten Ansprüchen der Lebensmittelindustrie gerecht wird. Schlussendlich wurde 2017 auch in die Erweiterung der Silokapazität investiert. Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass das Fertigmaterial in Zukunft mehrheitlich lose über Silos, anstatt wie bisher in so genannten BigBags, transportiert wird.

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

Ebenso gab es bei der Kruschitz Gesellschaft m.b.H. weitere Optimierungsschritte. Im Jahr 2017 wurde die zweite Folienanlage in Betrieb genommen.

Dadurch kam es, neben dem Ausbau der Produktion, auch zu einer Erweiterung der Produktpalette. Selbiges gilt für die Anlage der Flakesortierung, die ebenfalls 2017 in Betrieb ging und eine weitere Verbesserung der Qualität mit sich brachte. Durch den neuen Flakesorter können Materialien, die früher thermisch verwertet wurden, nun aussortiert und wieder für das stoffliche Recycling eingesetzt werden. Im gesamten konnte man dadurch die Ausschussquote erheblich reduzieren.

Die Kruschitz Gesellschaft m.b.H. ist nach ISO 9001:2015, ISO 14001 sowie EMAS zertifiziert.

Alle Produktionsstätten der Firma ALPLA, Mehrheitseigentümer der PET Recycling Team GmbH und zuständig für die Produktion von PET-Flaschen, tragen folgende Zertifikate: 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. Das Unternehmen gehört zu den globalen Markt- und Technologieführern in Sachen Kunststoffverpackungen.

DIE ARBEITS-GEMEINSCHAFT

ARBEITSGEMEINSCHAFT NACHHALTIGKEITSAGENDA FÜR GETRÄNKEVERPACKUNGEN

Die Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen bietet neben der Unterstützung der in der Nachhaltigkeitsagenda enthaltenen Vorgaben zur CO_2-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 Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus, des Städte- und Gemeindebundes 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 Mehrweg-Gebinden 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 Mehrweg-Gebinden 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 Mehrweg-Bereich in einem vergleichbaren Ausmaß vorangetrieben werden.

Zur Steigerung des Mehrweg-Komforts 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 Mehrweg-Segment 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 Mehrweg-Aktivitäten der Öffentlichen Hand („Mehrweg-Kampagne") 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 Mehrweg-Gebinde 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 Mehrweg-Gebinden 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 | Verein Getränkekarton Austria
Mag. Georg Matyk . Verpackungshersteller
Brau Union Österreich AG
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 Österreichische Warenhandels-AG
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 2017

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 Österreichische Warenhandels-AG
Richard Franta . WKO, Bundesgremium Lebensmittelhandel

NOMINIERUNGEN DES FACHVERBAND LEBENSMITTELINDUSTRIE
Ursula Riegler . Coca-Cola HBC Austria GmbH
Siegfried Menz . Ottakringer GmbH
David Hasenschwandtner . Red Bull GmbH
Herbert Schlossnikl . Vöslauer Mineralwasser AG
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 | Verein Getränkekarton Austria
Claudia Bierth . Ball Beverage Packaging Ludesch GmbH.
Stephan Rösgen . Ardagh Metal Beverage Manufacturing Austria GmbH
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
Matthias Gröger . PRÄKO

ÖSTERREICHISCHER GEWERKSCHAFTSBUND
Heinz Högelsberger . ÖGB

BUNDESMINISTERIUM FÜR NACHHALTIGKEIT UND TOURISMUS
Christine Hochholdinger . BMNT

d. ANTI-LITTERING PLATTFORM

Nominierungen Stand Oktober 2017

NOMINIERUNGEN DER ABFÜLLER
Ursula Riegler . 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 Österreichische Warenhandels-AG

VERPACKUNGSHERSTELLER
Georg Matyk . ARGE Getränkekarton | Verein Getränkekarton Austria
Claudia Bierth . Ball Beverage Packaging Ludesch GmbH
Stephan Rösgen . Ardagh Metal Beverage Manufacturing Austria GmbH
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 NACHHALTIGKEIT UND TOURISMUS
Christine Hochholdinger . BMNT

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
c7-consult e.U.
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
Austria Glasrecycling, ARA AG, Ardagh Metal Beverage Manufacturing Austria GmbH, Andi Bruckner, Brauerei Schloss Eggenberg, Jede Dose zählt, KASTNER Großhandels-gesmbH, Nah&Frisch, PET to PET Recycling Österreich GmbH, REWE International AG, SPAR Österreichische Warenhandels-AG, Vetropack Holding AG, Vöslauer Mineralwasser AG, 123RF (Butenkow, Dolgachov, Gianfrancesco, Gudella, Karlowski, Izflzf, Molodavkina)

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