NEUE WEGE GEHEN

Umsetzungsbericht der Österreichischen Getränkewirtschaft

Juni 2006

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

INHALT

3 VORWORT

5 DIE NACHHALTIGKEITSAGENDA AUF EINEN BLICK

6 WAS WOLLEN DIE KONSUMENTEN?

8 VERPACKUNGEN IM KREISLAUFSYSTEM

18 FÖRDERUNG VON MEHRWEGSYSTEMEN

19 NEUE WEGE

26 INFORMATION UND PROMOTION

36 ANHANG

1 VORWORT

Bei der ökologischen Optimierung der Getränkeverpackungen schlägt die Nachhaltigkeitsagenda der österreichischen Getränkewirtschaft vom Oktober 2004 ein neues Kapitel auf. Abfüller, Handel, Sammel- und Verwertungssysteme und Politik haben vereinbart, die Stoffkreisläufe durch Verbesserung der Materialeffizienz sowie Einsatz innovativer Umwelttechnologien zu optimieren.

Getränkeverpackungen haben vielfältigen Anforderungen zu genügen, und werden sehr spezifisch für unterschiedliche Konsumenten (von der Großfamilie bis zum Singlehaushalt) und Konsumsituationen (von der Bergwanderung bis zum Gourmetrestaurant) angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse entwickelt. Deshalb gibt es eine große Vielfalt von Verpackungen. Einheitsverpackungen widersprechen nicht nur unserem System der Wettbewerbswirtschaft sondern scheren auch die Bedürfnisse der Konsumenten in unzulässiger Weise über einen Kamm.

Neben den Anforderungen der Hygiene, der Haltbarkeit, der Bedienungsfreundlichkeit und der Kosteneffizienz sind in den letzten Jahren die ökologischen Anforderungen an die Verpackungen in den Vordergrund gerückt. Die Wirtschaft sieht es als ihre Aufgabe an, die Verpackungen auch im Sinne des Umweltschutzes zu optimieren.

Die Nachhaltigkeitsagenda will den Konsumenten nicht bevormunden oder erziehen, sondern ihm die Möglichkeit geben, sich bei jeder Konsumsituation umweltkonform zu verhalten. Viele Wege führen zu diesem Ziel, die Verwendung wiederbefüllbarer Verpackungen genauso wie die Verringerung der Verpackungsgewichte, und nicht zuletzt die europameisterverdächtigen Sammelleistungen von Herrn und Frau Österreicher.

Die im vorliegenden ersten Umsetzungsbericht gesammelten Ergebnisse stimmen optimistisch, dass wir – die Konsumenten und die Wirtschaft – dieses anspruchsvolle Ziel gemeinsam tatsächlich erreichen können.

Univ. Doz. Dr. Stephan Schwarzer
Obmann der Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda

BUNTGLAS

Metall

PLASTIK-

2 DIE NACHHALTIGKEITS-AGENDA AUF EINEN BLICK

Die Nachhaltigkeitsagenda der österreichischen Getränkewirtschaft erstreckt sich über die Selbstverpflichtungsperiode 2005 bis 2007 und hat zum Ziel, Getränkeverpackungen so zu gestalten, dass sie den Anforderungen an eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung bestmöglich Rechnung tragen.

Zur Erreichung dieses Zieles sieht die Agenda folgende Maßnahmen vor:

- Stoffliche Verwertung von PET-Getränkeverpackungen im Ausmaß von mindestens 50%
- Bottle-to-Bottle-Recycling, d.h. Beimengung von PET-Recyclat aus Getränkeflaschen, wieder aufbereitet nach einem speziellen Verfahren
  - 2005 — 500 Tonnen
  - 2006 — 2.500 Tonnen
  - 2007 — 6.000 Tonnen
- 30% Recyclatanteil bei Cycle-PET Gebinden bis 2007
- Bier im Markt weiterhin überwiegend in Mehrwegsystemen
- 80%-Quote für Wiederbefüllung oder stoffliche Verwertung von Getränkeverpackungen – Fässer, Tanks und Container ausgenommen
- kontinuierliche Konsumenteninformation über das Mehrwegangebot, unterstützt von Handel und Getränkeindustrie mit EUR 75.000,-
- Einrichtung einer „Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeit für Getränkeverpackungen"
- Mehrwegpromotions – Kooperation Abfüller und Handel
- Unterstützung der Verwendung von Mehrwegsystemen bei Groß-Events
- Erstellung eines jährlichen Umsetzungsberichtes

3 WAS WOLLEN DIE KONSUMENTEN?

Rascher technologischer Fortschritt, eine globalisierte Wirtschaft und flexible Arbeitsbedingungen sind wesentliche Kennzeichen der modernen Informationsgesellschaft. Daher sind auch Lebens- und Konsumgewohnheiten in stetigem Wandel begriffen. Eine früher nie gekannte Vielfalt an Berufsgestaltungen sowie Freizeitmöglichkeiten spiegelt sich auch im Konsumverhalten der Gesellschaft wider – im Getränkebereich ebenso wie bei Lebensmitteln oder Gebrauchsgegenständen. Jeder Markt entwickelt sich also in Richtung einer immer größeren Differenzierung und wird getragen von Konsumententrends und deren Veränderungen.

So ist parallel zur wachsenden Zahl an Single-Haushalten in Österreich auch ein steigender Getränkekonsum „unterwegs" zu verzeichnen. Und das wiederum hat Einfluss auf Gebinde- und Verpackungsformen. Die klassische wiederverschließbare 0,5l-PET-Getränkeflasche für den bequemen Trinkgenuss zwischendurch weist starke Zuwachsraten auf. Ebenso gefragt ist allerdings auch die Glas-Mehrwegflasche als attraktive Gebindeform in der Gastronomie, etwa bei einem stilvollen Mittag- oder Abendessen. Für den familiären Großeinkauf hingegen sind die 1,5- und 2-Liter-Gebinde aus dem Handel nicht mehr wegzudenken. Jede Packung erfüllt also ganz spezifische Konsumentenbedürfnisse, und diese werden immer vielfältiger – genau so wie die Konsumanlässe. Die Konsumenten setzen eine entsprechende Packungsvielfalt im Angebot voraus und fordern sie ein.

Beispiel 1: Haushaltspackung Einweg

Dazu zählen hauptsächlich die 1,5 Liter bzw. 2 Liter PET-Flasche (Limonaden, Mineralwässer) sowie die Sechserpacks 1 Liter Tetrapak (Fruchtsaft). Hier handelt es sich um die klassische Haushalts- und Familienpackung, die als Vorratskauf für zuhause erworben wird. Käufer sind in erster Linie große Haushalte (d.h. Familien mit drei oder mehr Mitgliedern), in denen ein ausgeprägtes Preisbewusstsein vorherrscht und die diese Packungen regelmäßig kaufen. Der Konsumanlass ist zumeist das Mittag- und Abendessen zuhause, und die regionale Präferenz erstreckt sich mehr auf städtisches Gebiet (da dort zumeist wenig Lagerraum für z.B. Mehrweg-Kisten vorhanden ist)

Beispiel 2: Haushaltspackung Mehrweg

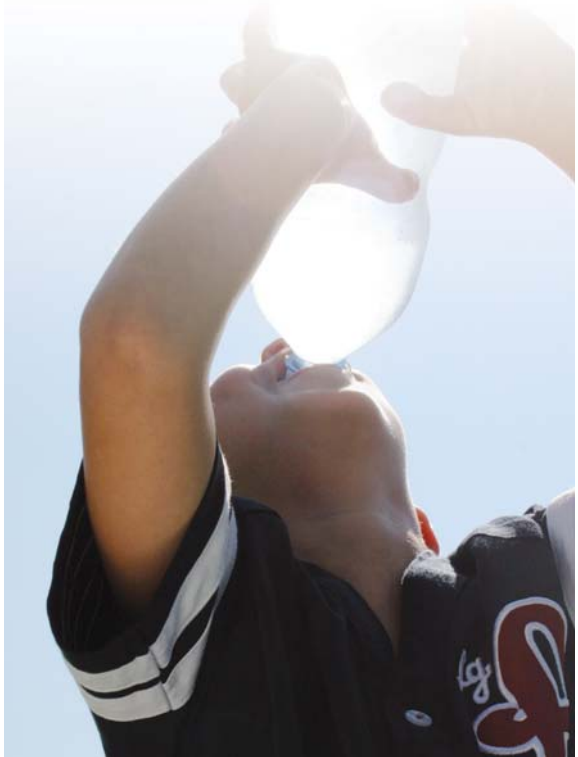
Hier finden sich vor allem die 1,5 Liter wiederbefüllbare PET-Flasche sowie die klassische 0,5 Liter Glasflasche Bier (Kiste) und die 1 Liter Glasflasche Mineralwasser (Kiste). Erworben werden diese Gebinde wiederum von preisbewussten Familien (3+) zur Bevorratung und für den Konsum zum Essen daheim, allerdings eher im ländlichen Gebiet.

Beispiel 3: Impulspackung Einweg

Diese Gebindeformen werden größtenteils zum Sofort-Konsum (on the go) gekauft, vielfach für Pausen in Arbeit oder Schule oder für den schnellen Durst zwischendurch. Es handelt sich hier um 0,5 Liter PET-Flaschen (Limonaden, Mineralwässer) sowie Getränkedosen mit 0,25 bis 0,5 Liter Inhalt (Limonaden, Bier, Energy Drinks). Die Käuferschicht im „on the go Bereich" ist vielfältig. Hinzu kommen noch Single- und Kleinhaushalte.

Beispiel 4: Impulspackung Mehrweg

Unter dieser Bezeichnung werden hauptsächlich Glasflaschen (0,25 bis 0,5 Liter) zusammengefasst, die in der Gastronomie angeboten und auch dort konsumiert werden.



4 | VERPACKUNGEN IM KREISLAUFSYSTEM

4 | 1 Sammlung und Verwertung von Getränkeverpackungen 2005

In Österreich wird die flächendeckende Erfassung, Sammlung und ordnungsgemäße umweltgerechte Verwertung von Getränkeverpackungen vom ARA (Altstoff Recycling Austria) System durchgeführt. Im Einzelnen werden PET-Flaschen, Getränkedosen und Kunststoffbecher für Flüssig-Milchprodukte von ARGEV (Verpackungsverwertungs-GmbH) gesammelt und nach der Sortierung von ÖKK (Österreichischer Kunststoff Kreislauf AG), ALU REC (Aluminium Recycling GmbH) oder FerroPack (Ferropack Recycling GmbH) verwertet. Getränkeverbundkartons werden darüber hinaus auch von der ÖKO-BOX (ÖKO-BOX Sammel-GmbH) gesammelt und dem Recycling zugeführt. Die Sammlung und Verwertung von Getränkeverpackungen aus Glas wird von AGR (Austria Glas Recycling GmbH) organisiert.

Abb.1 Übersicht Sammlung und Verwertung von Getränkeverpackungen 2005, Quelle: ARGEV

GETRÄNKEVERPACKUNGEN	in der Sammlung lt. Analyse (t)	stoffliche Verwertung (t)
Getränkedosen	3.071	3.071
PET-Flaschen 1)	28.306	19.689
Glas 2)	146.220	138.043
Getränkeverbundkartons	17.067	8.710
Getränkeverpackungen gesamt	194.664	169.513

1) Inklusive ergänzende Erfassung über Getränkeabfüller
2) Berechnet aus der Gesamtsammelmenge unter Berücksichtigung anteiliger Fehlwürfe und Anhaftungen

4 | 1 | 1 Sammlung und Sortierung von PET-Flaschen

Bei den PET-Einwegflaschen war in den letzten beiden Jahren – nach mehrjähriger dynamischer Entwicklung – eine deutliche Verlangsamung des Marktwachstums zu verzeichnen.
1996 wurden rund 7.000 t PET eingesetzt, 2002 lag die Marktmenge bei rund 26.800 t. 2003 erreichte sie unter dem Einfluss des „Jahrhundert-Sommers" das Rekordniveau von rund 33.700, wo sie sich offenbar vorläufig stabilisierte.
Im Jahr 2004 lag sie wiederum bei rund 33.800 t.
Im Berichtsjahr 2005 erreichte die Marktmenge unter Berücksichtigung der so genannten „Zweiweg" Systeme schließlich rund 36.400 t.

Um die stoffliche PET-Verwertungsquote bis zum Jahr 2004 auf die angestrebten 50 % anzuheben, war es erforderlich, sowohl die Sammelquote als auch die Sortiertiefe von PET-Flaschen nachhaltig zu steigern. Dies wurde und wird von der ARGEV mit Nachdruck betrieben.

Wesentliche Beiträge zur Anhebung der Sammelquote stellen dabei drei Maßnahmen(-pakete) dar:

- der kontinuierliche Ausbau der herkömmlichen Leichtverpackungssammlung mit Schwerpunkt auf Benutzerfreundlichkeit,
- die regionalspezifische Umstellung der Leichtverpackungssammlung auf „Plastikflaschensammlung" im Zuge der Umsetzung der Deponieverordnung (seit 2004) und
- der Aufbau komplementärer Sammelmodelle für PET wie – der wachsenden Bedeutung dieses Marktsegmentes entsprechend – der orts- und anlassspezifischen Entsorgung von PET-Flaschen (und Getränkedosen) am Ort der Konsumation, also beispielsweise bei Events sowie bei Verkehrs- und Freizeiteinrichtungen.

4 | 1 | 1 | 1 Haushaltsnahe Leichtverpackungssammlung

Bis Ende 2000 wurden PET-Flaschen nahezu ausschließlich im Rahmen der haushaltsnahen Leichtverpackungssammlung (Gelbe Tonne, Gelber Sack) gesammelt. Dieses Sammelsystem wird von der ARGEV kontinuierlich, insbesondere hinsichtlich Benutzerfreundlichkeit und Effizienz, weiter entwickelt.
Seit 1999 wurden über 510.000 Haushalte an die bequeme ab-Haus-Sammlung mit dem Gelben Sack angeschlossen, allein im Berichtsjahr über 50.000 Haushalte. Mit Ende 2005 ist mit rd. 1,89 Millionen bereits deutlich mehr als die Hälfte (57%) aller rd. 3,3 Mio. österreichischen Haushalte an diese Holsammlung angeschlossen.

Im Jahr 2004 wurde das Ablagerungsverbot für unbehandelte Abfälle gemäß Deponieverordnung wirksam. Das zog eine Umstellung der Leichtverpackungssammlung im Einzugsgebiet von Müllverbrennungsanlagen für rund 3 Millionen Einwohner (in Wien, der Stadt Salzburg, großen Teilen Niederösterreichs und Kärntens) auf die gezielte Sammlung von – stofflich besonders gut verwertbaren Plastik- (v.a. PET-) Flaschen nach sich. Diese konnte im Berichtsjahr 2005 weitgehend abgeschlossen werden. In den betroffenen Regionen gehören die neuen Sammelbehälter mit den charakteristischen Einwurföffnungen („Kermits“) bereits zum gewohnten Straßenbild.

Die Umstellung wird von der Bevölkerung ausgezeichnet angenommen und hat nach bisherigen Ergebnissen vor allem eines der gesetzten Ziele bereits vollinhaltlich erreicht: Der Anteil an Verunreinigungen im Sammelmaterial ist signifikant zurückgegangen und liegt in vielen Regionen bereits stabil unter 10%. Insgesamt unterschritt 2005 der Fehlwurfanteil in der Leichtverpackungssammlung im Bundesdurchschnitt erstmals den schon im Jahr 2000 mit den österreichischen Kommunen als Qualitätsziel vereinbarten Wert von 20%. Damit wird das Sammelgut wesentlich besser sortier- und verwertbar.

Von entscheidender Bedeutung für den Erfolg der getrennten Verpackungssammlung ist die korrekte Nutzung der angebotenen Sammeleinrichtungen durch informierte und motivierte Benutzer. Die jüngsten Weiterentwicklungen der Haushaltssammlung in mehreren Varianten – Leichtverpackungen, Metallverpackungen, nur Plastikflaschen oder gemeinsam mit Dosen, als Bring- oder Holsystem, mit Sack oder Sammelbehälter –- führte in Österreich zu einer größeren Vielfalt an Sammelsystemen als zuvor und erhöhte damit den Informationsbedarf für den Letztverbraucher.

Deshalb bietet die ARGEV dazu unter der Internet-Adresse www.sammelservice.at eine österreichweite Informationsplattform an, die für jede Gemeinde ein aktuelles Trenn-ABC und bei Holsystemen ab Haus die taggenauen Abfuhrtermine zur Verfügung stellt.

4|1|1|2 Erfassung und Sammlung ergänzend zum ARA-System

Mehrere österreichische Getränkeabfüller haben ergänzende Rücknahmesysteme für großvolumige PET-Gebinde (aus dem Handel) oder kleinvolumige PET-Flaschen (speziell aus Schulen, Krankenhäusern und vergleichbaren Einrichtungen) aufgebaut.

Die so gesammelten PET-Mengen können nach Aufarbeitung wieder für die Flaschenherstellung verwendet und dort derzeit bis zu einem Fünftel für die Herstellung von neuen PET-Flaschen eingesetzt werden (Bottle to Bottle-Recycling).

Ergänzend zum ARA System wurden im Berichtsjahr 2005 auf diese Weise rund 1.430 t PET-Getränkeflaschen einer stofflichen Verwertung zugeführt.

4|1|1|3 Maßnahmen zur Optimierung der PET Sortierung und Verwertung

PET-Flaschen werden in der Regel mit anderen Kunststoff- bzw. Leichtverpackungen mitgesammelt. Für eine stoffliche Verwertung müssen sie in den von der ARGEV beauftragten Sortieranlagen aussortiert werden. Um einen möglichst hohen Anteil aus dem Leichtverpackungsstrom auszusondern, wurde seit 2001 gemeinsam mit den Sortieranlagenbetreibern und der ÖKK ein Bündel an Maßnahmen mit dem Ziel entwickelt, die Sortiertiefe (Menge der aussortierten PET Flaschen im Verhältnis zu den Gesamtflaschen) auf 80% zu heben.

Folgende **Maßnahmen** wurden umgesetzt:

- Anpassung der Spezifikationen für aussortierte PET Flaschen
- vertragliche Vereinbarung von Sortiertiefen
- laufende Kontrolle der Sortieranlagen
- Entwicklung von Optimierungsmaßnahmen gemeinsam mit den Anlagenbetreibern
- Durchführung von Analysen des Input- und Outputstroms
- Verleihung von Auszeichnungen („Qualitätspreisen“) für besondere Sortierleistungen
- Beschränkung der PET Flaschen im Outputstrom, der nicht einer stofflichen Verwertung zugeführt wird

Diese Maßnahmen haben dazu geführt, dass die Sortiertiefe tatsächlich auf rund 80% angehoben werden konnte. Bei der Neuvergabe der Sortierleistungen ab 1. Jänner 2007 hat die ARGEV auf diesen Aspekt erneut besonderen Wert gelegt.

4|1|2 Verwertung der PET-Fraktionen

Aus der Leichtverpackungssammlung werden sowohl halbautomatisch als auch händisch PET-Flaschen nach den Farben „natur“, „blau transparent“ und „grün transparent“ (in geringen Mengen auch eine „Mischfraktion“) aussortiert, anschließend zu Ballen verpresst und dem Verwertungsbetrieb übergeben. Nach einer nochmaligen händischen Fein-Sortierung und Befreiung von restlichen Störstoffen (Folien, etc.) sowie automatischer Aussortierung der Metalle erfolgt die Abtrennung der Verschlüsse. Die Flaschen werden dann vermahlen und gründlich gereinigt; die Kunststoffe anschließend getrocknet, homogenisiert und in Big-Bags abgefüllt.

Von den insgesamt 117.675 t gebrauchten Kunststoffverpackungen, die von der ÖKK 2005 zur Verwertung übernommen wurden, konnten 17.906 t sortenrein getrennte PET Gebinde einer stofflichen Verwertung zugeführt werden. Das ist ein Plus von rund 800 Tonnen im Vergleich zum Jahr 2004. Diese getrennt erfassten gebrauchten PET-Flaschen wurden zum Großteil in Österreich zu Mahlgut – sogenannten PET Flakes – oder gleich zu neuen Kunststoff-Produkten verarbeitet.

PET (Polyethylenterephtalat) stellt einen wertvollen Rohstoff dar – es ist auch zu 100% recyclierbar. Die gesammelten PET Flaschen sind ein gefragter Grundstoff zur Herstellung einer ganzen Reihe unterschiedlicher Produkte.

So werden beispielsweise seit Herbst 2002 Eierverpackungen aus gebrauchten PET-Flaschen produziert. Durch den Einsatz neuer technischer Verfahren ist es nun möglich, die äußerst hohen lebensmittelrechtlichen Anforderungen zu erfüllen und aus dem recyclierten PET-Material wieder Produkte für den Lebensmittelbereich herzustellen.

Auch als Baustoffe oder Rasengitter finden die Verpackungsmaterialien der Haushaltssammlung (gelber Sack) dank ihrer vorteilhaften Materialeigenschaften Verwendung. Sie sind robust, witterungsbeständig und daher als Dacheindeckungen, Bodenbeläge sowie im Gartenbereich sehr gefragt.

Zum Einsatz kommen Fasern aus dem PET-Recycling auch in der Produktion von Teppichen, bei Polsterungen aller Art sowie Anorak- oder Schlafsackfüllungen, bei der Herstellung von Sportschuhen oder -Taschen, Fleece Pullovern, Haushalts-, Sanitär- oder medizinischen Artikeln.

Thermisch verwertet werden vor allem unsortierte Kunststoffe (Mischkunststoffe), die zumeist aus kleinteiligen und/oder stark verschmutzten Kunststoffverpackungen bestehen. In der österreichischen Zement- und Zellstoffindustrie ersetzen Mischkunststoffe fossile Brennstoffe wie Kohle, Erdöl oder Gas.

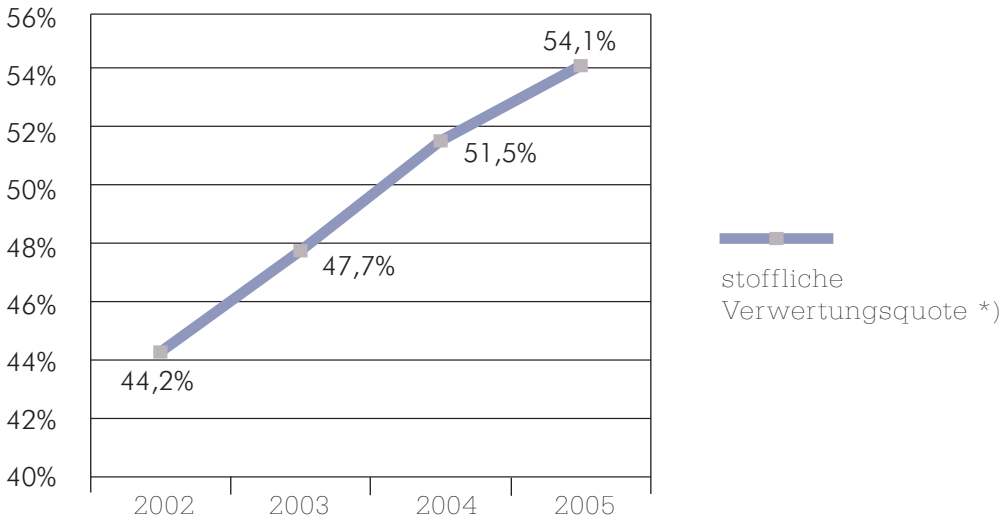
Inklusive der in der Mischkunststoff-Fraktion enthaltenen PET-Mengen (351 t) und den außerhalb des ARA Systems verwerteten PET-Flaschen (1.432 t) wurden 2005 insgesamt 19.689 t PET-Getränkeverpackungen einer stofflichen Verwertung zugeführt.

Die angeführten Maßnahmen des ARA Systems im Bereich der Sammlung, Sortierung und Verwertung haben dazu geführt, dass die zugesagte stoffliche Verwertungsquote von 50% bereits durch die in ihrem Rahmen stofflich verwerteten PET-Flaschen erreicht wurde. Rechnet man noch jene PET Flaschen hinzu, die außerhalb des ARA Systems stofflich verwertet wurden, so ergibt das für das Jahr 2005 eine stoffliche Verwertungsquote von 54,1%, womit das Ziel aus der Nachhaltigkeitsagenda eindeutig erreicht wurde.

Abb. 2 Stoffliche Verwertungsmenge und Verwertungsquoten inkl. stofflich mit der Mischkunststoff-Fraktion verwertete PET-Flaschen 2005, Quelle: ARGEV

FRAKTIONEN	stoffliche Verwertung (t)
PET-Flaschen als sortierte Fraktionen	17.906
PET-Flaschen in der Mischkunststoff-Fraktion	351
Außerhalb des ARA Systems stofflich verwertete PET-Flaschen (Bottle to Bottle)	1.432
Summe werkstoffliche Verwertung	19.689
Stoffliche Verwertungsquote auf Basis der Marktmenge in %	54,1%

Abb. 3 Entwicklung der stofflichen Verwertungsquote, Quelle: ARA



*) bis inkl. 2004: bezogen auf Lizenzmenge ARA System; ab 2005: bezogen auf Marktmenge gesamt, inkl. stofflicher Verwertung außerhalb des ARA Systems

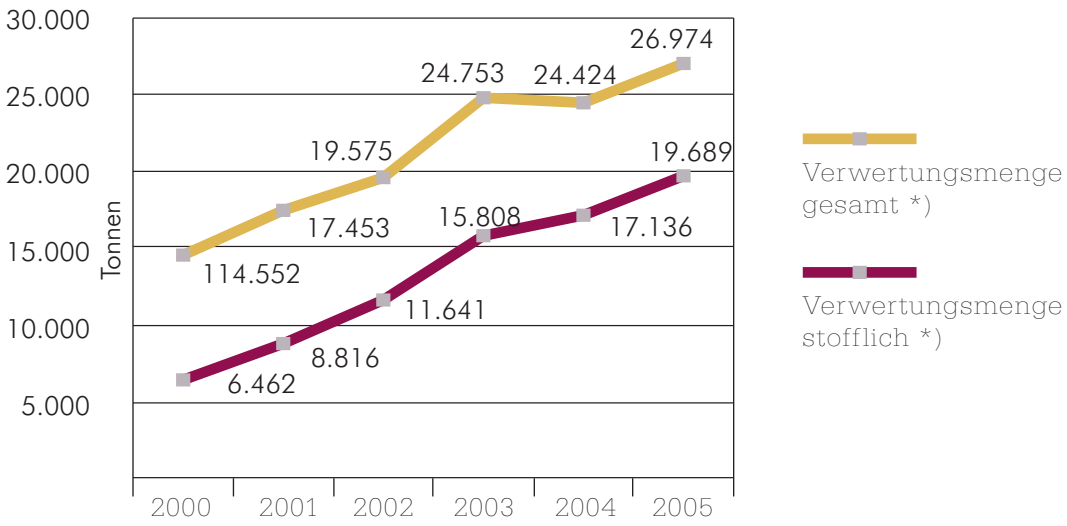
Mit Berücksichtigung der thermischen bzw. chemischen/rohstofflichen Verwertung von PET-Flaschen der Mischkunststoff-Fraktion und der thermischen Nutzung des PET-Flaschenanteils in der über den Restmüll erfassten Zukaufsmenge an Leichtverpackungen im Einzugsgebiet von Müllverbrennungsanlagen wurden insgesamt 26.974 t PET Verpackungen einer Verwertung zugeführt.

Der Anteil der stofflichen Verwertung beträgt insgesamt 19.689 t und konnte damit im Vergleich zum Vorjahr erneut gesteigert werden.

4 | 1 | 3 Entwicklung der PET-Sammlung und Verwertung

Rund 1,89 Mio Haushalten stand mit der Abholung ab Haus (Holsystem mit Gelber Tonne, Gelbem Sack) die bequemste Form der Sammlung von PET-Flaschen zur Verfügung. Zusätzlich erfolgte die Fokussierung bei der Leichtverpackungssammlung auf PET-Getränkeflaschen (Umstellung auf Flaschensammlung).

Abb. 4 Entwicklung der Verwertungsmengen von PET-Flaschen, Quelle: ARGEV



*) bis inkl. 2004: ARA System; ab 2005: ARA System + Verwertung außerhalb des ARA Systems

In Folge verstärkter Bemühungen, die stoffliche Verwertung von PET-Gebinden zu forcieren, konnte der Anteil der stofflichen Verwertung an der Gesamtverwertungsmenge an PET Flaschen 2005 auf bereits 75% gesteigert werden. Der Anteil der thermischen bzw. chemischen/rohstofflichen Verwertung konnte zugunsten der stofflichen Verwertung auf 25% reduziert werden. Mit einer stofflichen Verwertungsquote von 54,1% konnten den Vorgaben der Nachhaltigkeitsagenda – mindestens 50% der Getränkeverpackungen aus PET stofflich zu verwerten – klar entsprochen werden.

4|2 Wiederbefüllung und stoffliche Verwertung

Die in der Nachhaltigkeitsagenda vereinbarte Getränkeverpackungsquote von 80% setzt sich aus gutem Grund aus zwei Komponenten, nämlich einer Wiederbefüllungs- und einer Wiederverwertungskomponente zusammen.

Damit kann die Getränkewirtschaft auf von ihr nicht beeinflussbare Absatzmöglichkeiten ihrer Produkte in Mehrweg- bzw. Einweg-Gebinden durch verstärkte Anstrengungen bei der Erfassung und stofflichen Verwertung von Getränkeverpackungen reagieren.

So konnte der im Berichtsjahr 2005 konstatierte leichte Rückgang der Mehrwegquote durch entsprechende Anstrengungen bei der Sammlung und stofflichen Verwertung der in Verkehr gesetzten Getränkeverpackungen wettgemacht und die Gesamtquote erfüllt werden.

Für das Kalenderjahr 2005 beträgt die Mehrwegquote für Mineralwasser, Limonaden, Bier, Fruchtsäfte 43,9% (siehe Kapitel 5). Sie konnte damit – im europäischen Vergleich – auf hohem Niveau gehalten werden. Der Vergleichswert des Vorjahres belief sich auf 45,6%. Diese Mehrwegquote erhöht sich auf 49,8% wenn man Sodawässer hinzunimmt, die die Wirtschaft überwiegend in Mehrweggebinden anbietet.

Sie senkt sich jedoch signifikant, wenn man auch jene Getränkearten in die Berechnung einbezieht, die de facto überhaupt nicht in Mehrweg abgegeben werden. Derselbe Verdünnungseffekt zeigt sich, wenn Mehrwegformen der Gastronomie herausdefiniert werden, wie dies die Nachhaltigkeitsagenda vorsieht. Auf diese Weise gelangt man bei der Berechnung der Gesamtquote der Wiederbefüllung und der stofflichen Verwertung zu einem anrechenbaren Wiederbefüllungsanteil in der Höhe von 26,7%.

Gemeinsam mit einer stofflichen Verwertungsquote in der Höhe von 53,9%, konnte im Jahr 2005 eine Mischquote (Wiederbefüllung und stoffliche Verwertung) von 80,6% erzielt und damit das Ziel der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen erreicht werden.

Abb. 5 Getränkequoten 2005, Quelle: ARGEV

	Wasser	Bier	Limo	Frusa	Milch	Wein	Sekt Spirit.	Gesamt
Absatz in Mio Liter (inkl. Import)	787,6	629,6	789,4	286,3	600,8	226,0	55,0	3.374,7
Einweganteil %	73,0	35,7	76,3	89,5	100,0	70,3	100,0	73,3
Glas	0,1	7,7	0,0	4,7	2,3	69,3	100,0	8,5
Metall	0,0	27,9	8,7	0,4	0,0	0,0	0,0	7,3
KS-Flasche	72,9	0,1	63,5	22,3	8,3	0,0	0,0	35,3
KS-Becher	0,0	0,0	0,0	0,0	5,4	0,0	0,0	1,0
GVK-Wein	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,1
GVK-Saft-Limo	0,0	0,0	4,1	62,1	0,0	0,0	0,0	6,2
GVK-Milch	0,0	0,0	0,0	0,0	83,9	0,0	0,0	14,9

	Einweg in Tonnen	Verwertungsquote	Anrechenbare Quote
Einweganteil %	229.171,7		53,9
Glas	162.648,3	84,8	44,1
Metall	8.351,4	36,8	1,0
KS-Flasche	36.386,3	54,1	6,3
KS-Becher	1.041,9	25,0	0,1
GVK-Wein	72,3	37,0	0,0
GVK-Saft-Limo	6.551,6	37,0	0,8
GVK-Milch	14.119,8	37,0	1,7

5 FÖRDERUNG VON MEHRWEGSYSTEMEN

Den Konsumenten werden vielfältige Wahlmöglichkeiten zwischen Getränken in Mehrwegverpackungen und Getränken in Einwegverpackungen geboten. Um das im internationalen Vergleich hohe Niveau des Mehrweganteils so weit wie möglich zu halten, wurden von der Wirtschaft diverse Maßnahmen gesetzt. Durch massive Preis- und Promotion-Aktionen im Handel konnte der leicht rückläufige Trend bei Mehrweggebinden abgeschwächt werden (siehe Kapitel 7.1).
Damit konnte das Ziel, einen ausreichenden Erhalt der Mehrwegsysteme zur Ermöglichung einer Wahlfreiheit für Konsumenten zu gewährleisten, erreicht werden. Sowohl bei Bier als auch bei Wässern und bei Limonaden bietet der Handel Getränke in Mehrweggebinden an.

Abb. 6 Mehrwegquoten 2005, Quelle: Verband der Getränkehersteller Österreichs

INDUSTRIEABSATZ	Mineral-wasser*)	Limonaden**)	Bier	Frucht-säfte	Gesamt
		in 1000 hl			
Inlandsabsatz					
davon MEHRWEG	6325,3	8496,7	8347,5	2890,3	26059,8
bis incl. 0,5 l	289,8	1179,2	4045,7	289,4	5804,1
größer als 0,5 l	1836,1	695			2531,1
Fass/Tank/Container		602,8	2463,3	51,8	3117,9
MEHRWEG Gesamt	2125,9	2477	6509	341,2	11453,1
MEHRWEG-Anteil %	33,6%	29,2%	78,0%	11,8%	43,9%
Vorjahr	37,3%	29,6%	80,0%	12,6%	45,6%
Veränderung	-3,7	-0,4	-2,0	-0,8	-1,7

*) ohne Sodawasser
**) inkl. Gewerbe, inkl. AF-Bier, Eistee und Energy-Drinks

6 | NEUE WEGE

6 | 1 Aus Flaschen werden Flaschen

Das hochwertige Bottle-to-bottle-Recycling für PET-Gebinde repräsentiert eine State-of-the-art-Technologie, die künftig auch in Österreich seitens der großen PET-Abfüller eingesetzt werden wird. Bottle-to-bottle beschreibt den Prozess, in dem aus gebrauchten PET-Flaschen mittels technischer Verfahren PET-Flakes hergestellt und diese wiederum für die Produktion neuer PET-Flaschen (in Kombination mit Neumaterial) verwendet werden. Mit diesem Verfahren lässt sich der Kreislauf für PET-Einwegflaschen schließen – aus gebrauchten Kunststoff-Getränkeflaschen können wieder neue Getränkeflaschen hergestellt werden.

Für das Jahr 2005 konnte die in der Nachhaltigkeitsagenda festgelegte Jahresmenge von 500 Tonnen an post consumer PET-Recyclat zur Produktion neuer PET-Flaschen mit erreichten 1.432 Tonnen klar erfüllt bzw. überschritten werden.

6 | 2 Event-Sammlung – die neue Herausforderung

Das Konsum- und Freizeitverhalten in Österreich führt zu einem Anstieg von Verpackungsabfall (v.a. im Getränkebereich) außerhalb des Haushalts- und Arbeitsbereiches.
Die Menschen sind immer mehr unterwegs, sie besuchen Freizeit- und Sporteinrichtungen sowie immer häufiger Großveranstaltungen. Open-Air-Konzerte oder Sportbewerbe ziehen naturgemäß viele Zuschauer an, und diese konsumieren auch Getränke. Innerhalb kurzer Zeit fallen beachtliche Mengen an Verpackungsmaterial an – Dosen, Flaschen, Becher – die sauber gesammelt und entsorgt werden müssen.

Seit dem Jahr 2001 legt die ARGEV deshalb besonderes Augenmerk auf die Ergänzung ihrer bewährten haushaltsnahen Sammelsysteme um ein eigenes Sammelmodul für den Außer-Haus-Konsum. Dieses neu eingeführte „Modul 8“ wurde speziell für die Bereiche Indoor (Verwaltungsgebäude, Schulen etc.) und Outdoor (Freizeit- und Tourismuseinrichtungen, Badeseen, Autobahnparkplätze, Großveranstaltungen) entwickelt und in das Serviceangebot aufgenommen. Besonders nachgefragt wird dabei die spezielle Serviceleistung der „Evententsorgung“. Dieses Angebot richtet sich an Veranstalter, Entsorger, Gemeinden und Abfallwirtschaftsverbände und kam 2005 bei zahlreichen Veranstaltungen (Airpower-Flugshow, Beach Volleyball Grand Slam, Tennis Masters, Frequency Festival, Skiflug-WM u.v.m.) mit insgesamt rund 630.000 Besuchern zum Einsatz.

Mit diesem neuen Service wird eine einheitliche getrennte Sammlung von Einweg-Getränkeverpackungen (Plastikflaschen und Getränkedosen) auch im Event-Bereich angeboten. Individuell auf die Art der Veranstaltung und die erwartete Besucherzahl abgestimmt, bekommt der Veranstalter seinen Bedarf an Infrastruktur und Logistikleistungen ermittelt und diese unentgeltlich zur Verfügung gestellt.

Das Erscheinungsbild der Evententsorgung ist durch den Einsatz der Standard-Leitfarben gelb und blau kompatibel mit der Haushaltssammlung und bietet für die KonsumentInnen ein gewohntes Bild.

Die eingesetzten Sammelbehälter mit speziellen Einwurföffnung und Sack-Wechselsystem sind speziell an die Anforderungen einer störungsfreien Entleerung während der Veranstaltung angepasst.

Die Behälter werden mit dem erforderlichen Zubehör zur Verfügung gestellt und nach der Veranstaltung wieder abgeholt. Die ARGEV organisiert über ihre Vertragspartner die pünktliche Abholung der gesammelten Verpackungsabfälle während und nach der Veranstaltung sowie deren weitere Sortierung für die stoffliche Verwertung.

Alle angebotenen Leistungen sind für den Veranstalter unentgeltlich:

- Vorbereitung und Planung der Sammlung
- Bereitstellung der Sammelinfrastruktur vor Ort
  (Lieferung in Transportcontainern: LKW oder Bahn)
- 1 Transportcontainer beinhaltet rd. 80 Sammelbehälter
  (240 Liter Füllvolumen)
- Versperrbare, fahrbare Behälter mit speziellen Einwurföffnungen
- Behälter-Aufkleber mit klarer Botschaft: Plastikflaschen und Getränkedosen
- Behälter verfügen über ein Sack-Wechselsystem
- Beistellung der Sammelsäcke durch die ARGEV
- Sammelsystem wahlweise mit 1-Tonnen-System
  (Gelbe Tonne für Plastikflaschen und Getränkedosen)
  oder 2-Tonnen-System
  (Gelbe Tonne für Plastikflaschen/Blaue Tonne für Getränkedosen)
- Verwendung der Transportcontainer als Info-Point und/oder zentrale Rücknahmestellen
- Optional mit Rücknahmeautomat für automatische Rücknahme von PET Flasche (bei Pfandsystemen)
- Abholung der gefüllten Sammelsäcke und Transport zu einer Sortieranlage
- Sortierung und Konditionierung der Verpackungsabfälle für die stoffliche Verwertung

Veranstaltern steht auf www.event-entsorgung.at das komplette Leistungsangebot zur Verfügung.

Referenzprojekte 2005

> Airpower 05 – Zeltweg
  24. und 25.6.2005
  250.000 Besucher

> Beach Volleyball – Klagenfurt
  3. – 7.8.2005
  30.000 Besucher

> Frequency Salzburg
  18. – 20.8.2005
  40.000 Besucher

6 | 3 Leichter, einfacher, besser

6 | 3 | 1 PET

Seit Jahren laufen europaweit unter dem Titel „Light Weighting" Programme zur Gewichtsreduktion bei PET-Flaschen. Dabei wurden bereits in der Vergangenheit beachtliche Erfolge erzielt. So auch im Jahr 2005, wo weitere Gewichtsreduktionen bis zu 4 Gramm bei verschiedenen Packungen erzielt werden konnten. Das betrifft im Handel erhältliche Gebinde. Ein weiteres Element zum Thema Nachhaltigkeit stellt die Sammlung von PET-Flaschen bei Kühlautomaten dar. So wurden 2005 rund 250 Tonnen PET-Flaschen mittels der neben den Kühlautomaten befindlichen Leerflascheneinrichtungen von den Konsumenten retourniert. Diese Flaschen werden recycliert und anschließend der stofflichen Vewertung bzw. dem Bottle-to-Bottle Recycling zugeführt.

6 | 3 | 2 Metallverpackungen

In den letzten Jahren hat die Industrie vielfältige Maßnahmen gesetzt, um den Ressourcen- und Energieeinsatz bei Getränkedosen zu optimieren. Das reicht von der Gewichtsreduktion über das Verpackungs-Redesign bis hin zur Effizienzsteigerung der Recycling-Aktivitäten.

Im Zeitraum von 1985 bis 2004 wurde auf europäischer Ebene das Gewicht der Aluminium-Dosen um 32% reduziert und die Recycling-Rate von 0 auf 48% gesteigert. Bezogen auf eine Einheit konnte der Materialeinsatz damit in Summe um 80% reduziert werden.

Diese internationale Entwicklung findet auch in Österreich ihren Niederschlag: Mittlerweile beträgt das aktuelle Gewicht der in Österreich verwendeten Aluminiumdosen im Durchschnitt (inkl. Deckel) lediglich

- 11,0g bei 25 cl Slim-Dosen
- 13,4g bei 33 cl Dosen
- 16,2g bei 50 cl Dosen

Abb. 7 Downgauging (Gewichtsreduktion) der Getränkedose aus WEISSBLECH im europäischen Durchschnitt, Quelle: Rexam

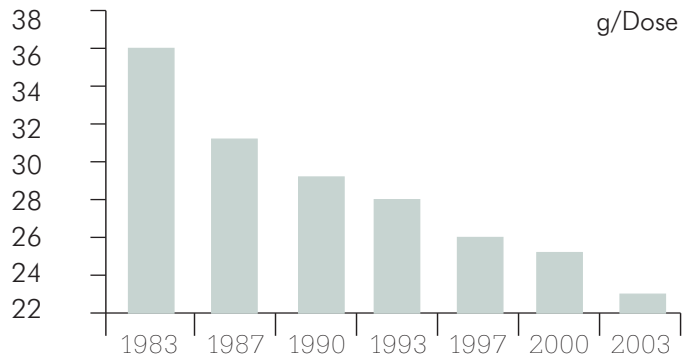
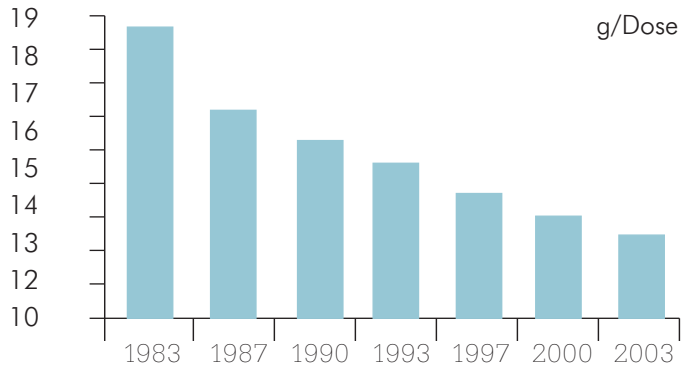


Abb. 8 Abb. 8: Downgauging (Gewichtsreduktion) der Getränkedose aus ALUMINIUM im europäischen Durchschnitt, Quelle: Rexam



Aluminiumdosen weisen heute in Österreich – wie auch in ganz Europa – bereits einen sehr hohen Recyclat-Anteil auf. Jedenfalls spart jede recyclierte Getränkedose das notwendige Aluminium für eine neue Dose ein. In der Ökobilanz-Studie der IFEU schneiden Aluminiumdosen in der Dimension „Ressourcenverbrauch" fast gleichauf mit Glas-Mehrweggebinden (0,33l) am besten ab – noch vor Glas-Einweggebinden (0,25l). Bezeichnend ist auch der signifikant positive Anteil der Distribution bei der Ökobilanz der Dose: Hier fallen im Gegensatz zu anderen Gebindeformen die weitaus geringsten Belastungen an. (Quelle: IFEU 2004)

6|3|3 Verbundkarton

2005 hat der weltgrösste Hersteller von Getränkekartons ein neues Zeitalter für Kartonverpackungen eingeläutet: Mit dem weltweiten Start des neuen Verpackungsmaterials „Wide" führt dieses Unternehmen einen neuen Standard bei Getränkekartons für haltbare und frische Produkte ein. Das exklusiv entwickelte Material ist Teil einer neuen Generation von Verpackungen, die noch besser, sicherer und umweltfreundlicher sind.

Das Verpackungsmaterial besitzt eine neuartige Innenbeschichtung. Sie ist stärker und widerstandsfähiger als die bisherige und gleichzeitig um 30 Prozent dünner. Dadurch wird weniger Polymer für die Herstellung benötigt. Der Verbrauch an Polymeren kann weltweit somit um 50.000 Tonnen pro Jahr verringert werden. Das entspricht jährlich rund 2.500 Transportcontainern. Neben einem geringeren Verbrauch an nicht erneuerbaren Ressourcen hat diese Einsparung auch bei Transport, Distribution und Energieverbrauch positive Auswirkungen auf die Umwelt.

Das neue Verpackungsmaterial stellt ein gelungenes Beispiel für die Umweltpolitik der Getränkekartonhersteller dar, die auf eine kontinuierliche Verbesserung der ökologischen Leistungen abzielt. Durch „Wide" wird der Energieverbrauch um brutto 17 Prozent reduziert. Da weniger Polymer verwendet wird, steigt der Anteil des erneuerbaren Packstoffs Karton an der Verpackung um 3,5 Prozent. Für Österreich bedeutet dies eine Einsparung von rund 500 t Polymeren.

Die Akzeptanz und Leistungsfähigkeit des neuen Verpackungsmaterials übertrifft alle Erwartungen. „Sowohl die Kunden als auch der Handel berichten von höherer Produktleistung und kostengünstigeren Abläufen" berichtet der zuständige Projektleiter des in Schweden ansässigen und weltweit tätigen Unternehmens.

Seit März 2006 verwenden alle Werke des Herstellers weltweit „Wide" als Standardmaterial für diese neue Generation von Kartonverpackungen. Die Einführung dieses neuen Verpackungsmaterials ist das Ergebnis jahrelanger Forschungsarbeiten, die vom Streben nach Innovation und gleichzeitigem Umweltschutz über die gesamte Entwicklung, Produktions- und Lieferkette hinweg, bestimmt werden.

6 | 3 | 4 Glas

Vetropack Austria hat im vergangenen Jahr eine Reihe von Gewichtsoptimierungen bei Glasverpackungen realisiert, die eine deutliche Einsparung an Verpackungsmaterial bewirken. Die Verringerung des Gewichts wurde bei einigen Artikeln durch Umstellung des Produktionsverfahrens von Blas-Blas auf Enghals-Press-Blas Technologie erreicht. Bei anderen Produkten wurde das Design unter bestmöglicher Einhaltung des gleichen optischen Auftritts so optimiert, dass der Behälter mit geringerem Glasgewicht bei gleicher Festigkeit produziert werden kann. Als Beispiel dienen etwa die Segmente Bier, Alkoholfreie Getränke und Food – bei nur fünf Glasverpackungen aus diesen Bereichen konnten insgesamt 1.430 Tonnen Glas eingespart werden.

Glasverpackungen werden mit einem sehr hohen Anteil an ökologisch vorteilhaftem Altglas produziert. Im Jahr 2005 enthielten Glasverpackungen im Durchschnitt 65 % Altglas (Weißglas: 57 %, Grünglas 82 %, Braunglas 50%).

7 | INFORMATION & PROMOTION

7 | 1 Hersteller & Handel

Die in der Nachhaltigkeitsagenda der österreichischen Getränkewirtschaft eingeforderte Dokumentation der Mehrwegpromotions im Jahr 2005 wurde durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut durchgeführt (DI Wohleser Unternehmensberatung KEG). Sie erbrachte aufschlussreiche Informationen über die Marktentwicklungen und Präferenzen der Konsumenten sowie darüber, welche Faktoren Kaufverhalten im Getränkebereich beeinflussen.
Die Analyse der Mehrweggebindeentwicklung im österreichischen Handel basiert auf der Datenbasis des Marktforschungsinstitutes A.C.Nielsen und umfasst alle alkoholfreien Getränke sowie die Warengruppe Bier im gesamten klassischen Lebensmitteleinzelhandel mit Ausnahme der Harddiskonter Hofer, Lidl und des Drogeriefachhandels.
Im Jahr 2005 hat sich das Absatzvolumen von Mehrweggebinden im klassischen Lebensmitteleinzelhandel von 439,7 Mio. Liter auf 405,9 Mio. Liter reduziert.
Gleichzeitig hat sich die Verfügbarkeit von Mehrweggebinden über alle Kategorien gegenüber der Vergleichsperiode um 1,8% auf 90% verringert.
Der konvertierte Preis/Liter ohne Berücksichtigung der unterschiedlichen Kategorieentwicklungen hat sich im Kalenderjahr 2005 gegenüber dem Vorjahr von 0,95 EUR/Liter auf 0,97 EU/Liter erhöht.

Abb. 9 Übersicht der Marktmengen, Verfügbarkeit, Preisstellung und Anteile von Mehr- und Einweggetränken im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel nach A.C.Nielsen, Quelle: Wohleser KEG
Seite 27

Kategorie	Typ	Volumen	Preis/lt	Preis-index	Distr. gew.	Anteil	
Mineralwasser	EW	375.713.697	0,28	0,98	98,9%	77,0%	
	MW	112.208.064	0,31	1,07	81,7%	23,0%	
Near Water	EW	43.547.431	1,05	1,00	98,0%	99,9%	
	MW	27.181	0,43	0,41	5,0%	0,1%	
Fruchtsaft	EW	145.150.528	0,94	1,00	100,0%	96,7%	
	MW	4.920.844	0,97	1,03	60,8%	3,3%	
Limonanden	EW	255.997.755	0,69	0,96	97,8%	84,3%	
	MW	47.848.229	0,85	1,19	93,7%	15,7%	
Bier	EW	143.799.390	1,11	0,93	98,5%	34,4%	
Eistee u. übr. Getränke	MW	274.750.524	1,22	1,03	96,1%	65,6%	< Jahr 2004
auf Teebasis	EW	86.032.121	0,78	1,00	100,0%	100,0%	
Stille Limonaden	EW	23.879.796	1,15	1,00	100,0%	100,0%	
Fruchtsirup	EW	19.457.695	2,37	1,00	100,0%	100,0%	
Energy Drinks	EW	15.888.278	4,07	1,00	100,0%	100,0%	
Eiskaffee	EW	3.097.487	2,86	1,00	100,0%	100,0%	
Isotonische Getränke	EW	2.700.169	1,75	1,00	100,0%	100,0%	
AF Getränke & Bier		1.555.019.18	0,81	1,00	100,0%	100,0%	

Kategorie	Typ	Volumen	Preis/lt	Preis-index	Distr. gew.	Anteil	
Mineralwasser	EW	391.687.915	0,28	0,98	98,9%	81,1%	
	MW	90.883.282	0,31	1,10	80,9%	18,8%	
Near Water	EW	44.749.314	1,04	1,00	98,0%	20,3%	
	MW	27.403	0,38	0,37	3,0%	0,1%	
Fruchtsaft	EW	142.064.309	0,91	1,00	100,0%	96,9%	
	MW	4.534.546	0,96	1,05	63,1%	3,1%	
Limonanden	EW	244.909.941	0,71	0,99	99,7%	84,2%	
	MW	45.845.443	0,76	1,06	88,9%	15,8%	
Bier	EW	153.480.738	1,10	0,93	98,9%	36,7%	
Eistee u. übr. Getränke	MW	264.642.884	1,23	1,04	93,8%	63,3%	< Jahr 2005
auf Teebasis	EW	87.905.502	0,77	1,00	100,0%	100,0%	
Stille Limonaden	EW	23.781.990	1,17	1,00	100,0%	100,0%	
Fruchtsirup	EW	19.638.881	2,33	1,00	100,0%	100,0%	
Energy Drinks	EW	18.673.928	4,05	1,00	100,0%	100,0%	
Eiskaffee	EW	3.862.411	3,41	1,00	100,0%	100,0%	
Isotonische Getränke	EW	2.720.981	1,69	1,00	100,0%	100,0%	
AF Getränke & Bier		1.539.409.46	0,81	1,00	100,0%	100,0%	

In einer detaillierten Studie sind die Ursachen dieser Entwicklung auf empirischer Basis je Gebindetyp und Warengruppe untersucht worden. Methodisch wurde die Multiple Regressionsanalyse angewandt, die den Einfluss einer oder mehrerer Variablen auf das Absatzvolumen nach Art, Inhalt und Ausmaß offen legt. Als Einflussvariablen wurden die relative Preisstellung (d.h. der Literpreis des Produktes in Relation zum Liter-Durchschnittspreis in der gesamten Getränkekategorie), die Saisonalität, die Distribution, eine Regressionskonstante (d.h. das Basis-Absatzvolumen, das in jedem Fall verkauft wird) und eine Trendvariable (Variable, welche die Entwicklung im zeitlichen Ablauf quantifiziert) herangezogen. Diese Faktoren können den überwiegenden Teil des Absatzvolumens von Mehrweggebinden erklären. Auf Basis dieser Ergebnisse wurde den einzelnen Marktteilnehmern ihr Beitrag zu dieser Entwicklung zugeordnet.

Abb. 10 Analysezugang, Quelle: Wohleser KEG

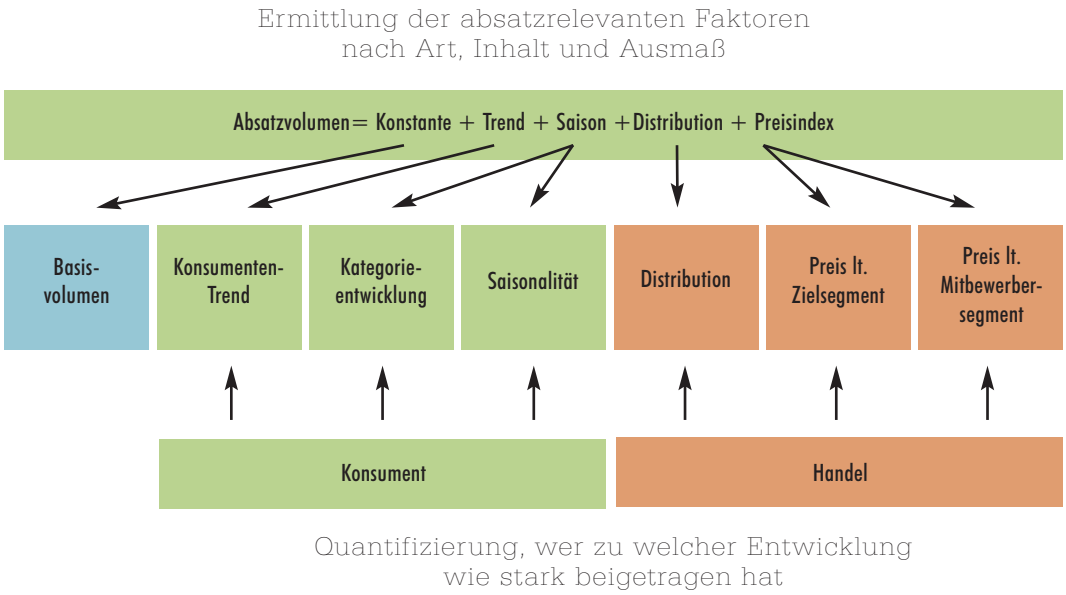
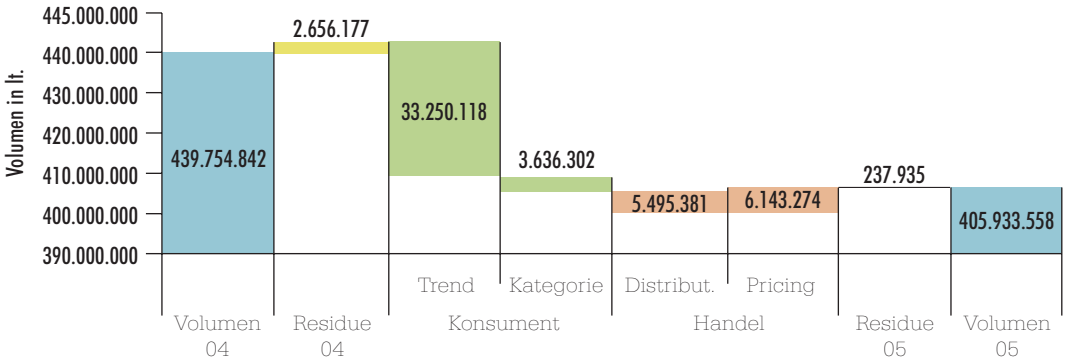


Abb. 11 Ursachen der Mehrweggebindeentwicklung im LEH gesamt, Quelle: Wohleser KEG



Die Abbildung 11 veranschaulicht die Ursachen der Mehrweggebindeentwicklung nach Einzelfaktoren anhand eines Stufendiagramms. Auf empirischer Basis kann eindeutig belegt werden, dass der überwiegende Teil des Absatzrückganges von Mehrweggebinden von -33,3 Mio. Liter einem negativen Konsumententrend zu zuschreiben ist, der die Veränderung der Konsumentenpräferenz im Zeitablauf wiedergibt.

Weitere 3,6 Mio. Liter Absatzrückgang resultieren aus dem veränderten Kategoriemix. Dieser Effekt erklärt sich daraus, dass sich Kategorien, in denen Mehrweggebinde angeboten werden, gegenüber jenen, in denen ausschließlich Einweggebinde angeboten werden, generell schlechter entwickeln.
Distributionsrückgänge von Mehrweggebinden im Handel von –5,5 Mio. Liter wurden durch eine attraktive Preisgestaltung der Getränkewirtschaft mit +6,1 Mio. Liter mehr als wettgemacht. Das bedeutet, dass der Handel in den von ihm beeinflussbaren Faktoren einen positiven Beitrag zur Mehrweggebindeentwicklung geleistet hat, der die Absatzrückgänge (bedingt durch geänderte Präferenzen der Konsumenten) jedoch nicht ausgleichen konnte.
Die geringe Bedeutung der unter Residue 04 und Residue 05 bezeichneten Reststreuung (d.h. Abweichung des tatsächlichen Absatzes vom prognostizierten Absatz) unterstreicht die Modellgüte und dient auch als Indikator, dass keine maßgeblichen Faktoren im Modell fehlen.

Die negative Entwicklung von Mehrweggebinden ist vorwiegend das Resultat des sich verändernden Konsumentenverhaltens, das sich ohne maßgebliche Veränderungen der Rahmenbedingungen auch zukünftig fortsetzen wird und somit von den Anbietern nur bedingt beeinflussbar ist.

7 | 1 | 1 Nachhaltige Wochen

Die Nachhaltigen Wochen wurden auf Initiative des Lebensministeriums gemeinsam mit seinen Partnern und dem österreichischen Einzelhandel vom 15. September bis 15. Oktober 2005 durchgeführt. Zu diesen Partnern zählen u.a. BMWA, Außenministerium/OEZA, Wirtschaftskammer Österreich, sowie der Handel und die Länder Burgenland, Oberösterreich und Tirol. Insgesamt 17 Handelsketten mit rund 6.000 Filialen sowie bisher rund 500 selbständige Kaufleute beteiligten sich an der Aktion.

Alle Produkte, die in ökologischer und/oder sozialer Hinsicht deutliche Verbesserungen aufweisen (Bio, Fair Trade, regionale Vermarktung, umweltschonende Erzeugung, Energie sparen) wurden dabei über klassische Werbeschienen des Handels präsentiert.

Auf die Produkte aufmerksam machte die Wort-Bild-Marke „Das bringt's. Nachhaltig". Die Kennzeichnung erfolgte auf Werbemitteln, Plakaten und Regalen in den einzelnen Geschäften, nicht aber auf den einzelnen Produkten selbst.
So wurden etwa auf den Flugblättern explizit Getränke in Mehrweggebinden beworben.

Mehrweg-Aktivitäten im Rahmen der Nachhaltigen Wochen:

- Mehrwegseite im Folder zu den Nachhaltigen Wochen, Auflage 800.000 Stück, liegt in mehr als 5.000 Filialen und Geschäften auf.
- „Mehrweg" auf den Plakaten zur Aktion, sowie auch auf dem Aktionstransparent
- Mehrwegsymbol und Infokästen in den Flugblättern und Plakaten der Handelsketten
- Unterstützung von www.mehrweg.at
- Hinweise (Stopper) in Geschäften einzelner Handelsketten (Beispiel Unimarkt)

7 | 2 mehrweg.at

Das verstärkte Engagement der Wirtschaft im Bereich Mehrweg-Promotions lässt sich auch an der Dotierung von www.mehrweg.at und deren Informationstätigkeit ablesen.
Für den Zeitraum 1. Jänner 2005 – 31. Dezember 2005 wurde die Fortsetzung der seit 2001 bestehenden Zusammenarbeit zwischen der gemeinnützigen ARGE Müllvermeidung als Trägerin der INITIATIVE mehrweg.at und der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ, Abt. f. Umwelt, Energie- und Infrastrukturpolitik) vereinbart. Beide Partner sind an der Förderung von Mehrwegsystemen im Getränkebereich interessiert und verfolgen durch die Stärkung von Mehrwegverpackungen wirtschaftliche, soziale und ökologische Zielsetzungen.

Über die Website www.mehrweg.at, eine Koordinations- und Informationsplattform für Konsumenten und Experten gleichermaßen, sowie mittels eines Newsletters wurden Informationen über Mehrweg-Studien, Mehrweg-Angebote, Mehrweg-Logo sowie Pressemitteilungen und Links aus ganz Europa der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Auch die rund 320 kommunalen Umwelt- und AbfallberaterInnen in Österreich wurden seitens mehrweg.at laufend informiert.

7 | 3 ARA System

Die ÖsterreicherInnen gelten als die Sammelweltmeister. Das liegt überwiegend daran, dass ihnen das ARA System durch ständige Weiterentwicklung und Optimierung eines der weltweit effizientesten Sammel- und Verwertungs-Systeme zur Verfügung stellt. Aber nicht zuletzt auch an der intensiven Öffentlichkeitsarbeit des ARA Systems.

Die beiden wichtigsten Kommunikationsschienen sind dafür die Kooperation mit den Gebietskörperschaften, die AbfallberaterInnen zur Information der Bevölkerung einsetzen, sowie eine österreichweite Werbekampagne. Beide beinhalteten auch 2005 das Thema Getränkeverpackungen.

Seit über zehn Jahren bewährt sich die erfolgreiche Zusammenarbeit mit den rund 230 AbfallberaterInnen. Mit dieser Vor-Ort-Kommunikation wird der direkte Kontakt zu den BürgerInnen gewährleistet und die Sammelbotschaften des ARA Systems vermittelt.

Dieses System der dezentralen Information hat besonders bei der Umstellung der Leichtverpackungssammlung seine Stärken bewiesen. 175 AbfallberaterInnen besuchten 2005 die ARA AbfallberaterInnen-Schulungen in Niederösterreich, Salzburg, Steiermark, Vorarlberg und Wien. Eines der zentralen Themen war dabei der Bereich der Getränkeverpackungen. Die Erfahrungen der Umstellung der Leichtverpackungssammlung wurden diskutiert, die Evententsorgung der ARGEV sowie die Ergebnisse einer Studie zur Ökobilanz von Einweg und Mehrweggetränkeverpackungen vorgestellt.

Dass richtiges Sammeln nicht nur zur Schonung der Umwelt beiträgt, sondern auch bequem sein kann, kommunizieren die neuen TV-Spots des ARA Systems mit Augenzwinkern. Mit der Gegenüberstellung von unbequemen Alltagssituationen und der bequemen Verpackungssammlung gelingt es, die Bequemlichkeit des Sammelns mit dem ARA System darzustellen und den KonsumentInnen gleichzeitig eine Anleitung zum richtigen Sammeln zu bieten. Der Spot zum Thema PET-Flaschen verfolgt das Ziel, die Erfassungsmenge und -qualität zu erhöhen und wurde 30 mal im ORF, 22 mal auf ATV+ sowie rund 200 mal in den Österreich Werbefenstern der Sender RTL, RTL2, VOX, PRO7, SAT1 und Kabel1 geschaltet.
Einzelschaltungen in einigen regionalen und österreichweiten Printmedien unterstützten die Kampagne.

Besonders hervorzuheben ist außerdem die Kampagne „Nur die Flaschen/Flachen gewinnen“ zum Abschluss der Umstellung der Kunststoffsammlung in Wien. Die ARGEV rief in Kooperation mit der Stadt Wien zwischen 15. Juli und 15. August Konsumenten auf, ihre Flaschen flachgedrückt in die Gelbe Tonne zu werfen. Diese hatten damit die Möglichkeit, Sachpreise zu gewinnen.
Beworben wurde die Aktion auf insgesamt 440 Plakaten, 80 Rolling Boards, 350 City Lights, sowie weiters via Infoscreens, Spots in Radio Wien und Anzeigen im Internet und diversen Tagezeitungen.
Mit dieser Aktion konnte ein starker Rückgang der Fehlwürfe und des (nur thermisch verwertbaren) Mischkunststoffmaterials bei gleichzeitiger Steigerung der Flaschensammelmenge erreicht werden.

7 | 4 ARGE Nachhaltigkeitsagenda

Zur Unterstützung der im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen zu leistenden Informationsmaßnahmen wurde die Arbeitsgemeinschaft „Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen“ gegründet.
Die Arbeitsgemeinschaft wird von den zum Thema Getränkeverpackungen involvierten Unternehmen und Fachverbänden sowie der Wirtschaftskammer Österreich getragen. Wesentlicher Aufgabenbereich der Arbeitsgemeinschaft ist die Finanzierung und Koordinierung von unternehmensübergreifenden Maßnahmen zur Information über das Mehrwegangebot und dessen ökologische Aspekte sowie über die nachhaltige Gestaltung von Getränkeverpackungen.

Tätigkeitsbericht der Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen 2005:

7 | 4 | 1 Zusammenarbeit mit Mehrweg.at

Betrieb der Website „mehrweg.at“

- Dokumentation über laufende pro Mehrweg-Aktionen einzelner Firmen
- Information/Download des Mehrweglogos und Manuals zum neuen Mehrweglogo
- Information über Beitritte zur Nachhaltigkeitsagenda (Verlinkung auf wko.at zur Teilnehmerliste und Informationsseite über die Nachhaltigkeitsagenda)
- Aktualisierung der Abfüllerliste (Präsentationsmöglichkeit der Mehrweg-Abfüller auf der Website)

Newsletter für Abfallberater und Gemeinden

- anlassbezogene/mindestens vierteljährliche Aussendung eines Newsletters an das Mehrweg.at Netzwerk (AbfallberaterInnen etc.)
- Koordinierung der Inhalte des „Mehrweg-Newsletters“ mit dem „ARGE-Newsletter“ bzw. Übernahme von Inhalten des „ARGE-Newsletters“ zur Information der Abfallberater und Gemeinden

Informationstätigkeiten bzw. Kommunikation mit Abfallberatern

- Unterstützung laufender pro Mehrweg-Aktionen einzelner Firmen durch Information der AbfallberaterInnen über die ARGE Müllvermeidung

Input für Umsetzungsberichte über die Nachhaltigkeitsagenda

7|4|2 Mehrweglogo

Beauftragung der Überarbeitung des bestehenden Mehrweglogos unter Berücksichtigung nachstehender Vorgaben:

- breitere Einsatzmöglichkeiten (z.B. Platzierung auf dem Produkt)
- Erhöhung der Akzeptanz des Logos durch Unternehmen
- Erstellung eines Manuals für den Einsatz des Logos zur Sicherstellung einer einheitlichen Anwendung des Mehrweglogos

Streuung/Einsatz des neuen Mehrweglogos:

- Information über neues Mehrweglogo via Newsletter der ARGE/Mehrweg.at und Rundschreiben der FV
- Vereinfachung der Zugriffsmöglichkeiten durch die Unternehmen (Einstellen auf mehrweg.at und wko.at zum Download)
- Erhöhung des Bekanntheitsgrads des Mehrweglogos durch Information auf mehrweg.at und wko.at

Das neue Mehrweglogo wurde bereits im Rahmen der Nachhaltigkeitswochen von den Unternehmen verstärkt eingesetzt und findet breite Akzeptanz bei den Unternehmen.

7|4|3 Dokumentation der Mehrwegpromotion

Dokumentation und Analyse einzelner Maßnahmen der Unternehmen zur Förderung von Mehrweg (Mehrwegpromotion) sowie des Absatzverhaltens von Gebindeformen durch unabhängigen Dritten.

Durch eine zeitlich gestaffelte Analyse (Unterteilung des Kalenderjahres in zwei Perioden) sollen saisonal bedingte Schwankungen berücksichtigt werden können.

Entwicklungen sollen bereits zu einem früheren Zeitpunkt erkannt und dokumentiert werden (Zwischenbericht im August), um etwaig erforderliche Gegenmaßnahmen ergreifen zu können.

Einsatz der Dokumentation der Mehrwegpromotion:

- Information des Arbeitskreises Öffentlichkeitsarbeit über Ergebnisse des Zwischenberichts und des Endberichts
- Erarbeitung eines nach Maßgabe der Berichte zweckmäßigen Konzepts für Öffentlichkeitsarbeit durch den Arbeitskreis

7|4|4 Newsletter

Versand von Kurzinfos zur Nachhaltigkeitsagenda sowie über die im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda geplanten Aktionen in periodischen Abständen. Im Kalenderjahr 2005 wurden 3 Newsletter verschickt. Adressatenkreis:

- Teilnehmer der Nachhaltigkeitsagenda
- Fachorganisationen der Wirtschaftskammer Österreich
- Mehrweg.at
- BMLFUW
- BMWA

7|4|5 AK Öffentlichkeitsarbeit

Einrichtung eines Marketingexperten-Gremiums (Besetzung durch branchenführende Teilnehmer der Nachhaltigkeitsagenda) im Rahmen der ARGE.

Abhaltung von Workshops des AK Öffentlichkeitsarbeit:

Gemeinsame Entwicklung von Konzepten für:

1. **Konsumenteninformation**
- Konsumenteninformation über bestehendes MW-Angebot
- Nachhaltige Wochen
- Unternehmensübergreifende Maßnahmen über die ökologischen Aspekte von MW-Getränkeverpackungen

2. **Mehrwegpromotion**
- Werbliche Maßnahmen (kommunikative Unterstützung der Aktionen)
- POS-Maßnahmen („fair share of space", Deckenhänger, Verkaufshilfen, …)
- Steigerung der Attraktivität vom MW-Gebinden (MW-Wochen, Kennzeichnung, Zweitplatzierungen, Promotionfrequenz, …)

Erfahrungs- und Informationsaustausch über div. Verkaufskonzepte und Nutzung der durch die Dokumentation der Mehrwegpromotion gewonnen Erkenntnisse.

Mehrwegpromotion:

1 konzertierte Aktion im Rahmen der Nachhaltigen Wochen 2005

8 | ANHANG

8 | 1 Die Nachhaltigkeitsagenda im Wortlaut

Nachhaltigkeitsagenda der österreichischen Getränkewirtschaft (Selbstverpflichtungsperiode 2005–2007)

Abfüller, Vertreiber und Importeure von Getränken, Verpackungshersteller sowie Betreiber von Sammel- und Verwertungssystemen für Verpackungsabfälle werden zur Gewährleistung einer möglichst nachhaltigen Gestaltung der in Österreich verwendeten Getränkeverpackungen folgende Beiträge erbringen:

I. Ziele

(1) Getränkeverpackungen sind so zu gestalten, dass sie den Anforderungen an eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung bestmöglich Rechnung tragen.

(2) Kernpunkte einer möglichst nachhaltigen Gestaltung der Getränkeverpackungen sind
die Optimierung der Materialeffizienz
die umweltkonforme Nutzung der Materialien sowie der Energieinhalte und
die Erfüllung der Bedürfnisse der Konsumenten.

(3) Die Verwendung von Mehrwegsystemen ist im Bereich der Getränkeverpackungen ein wesentlicher Beitrag zur Optimierung der Materialeffizienz[1].

[1] *Eine fünfmalige Befüllung ermöglicht eine Materialeinsparung um 80%.*

II. Stoffliche Verwertung

(1) Um auch bei Einweggetränkeverpackungen eine Materialeinsparung zu erreichen, wird die Wirtschaft diese Gebinde im größtmöglichen Ausmaß erfassen und stofflich verwerten. Dies gilt für alle Packstoffe, wie Glas, Metalle, Kunststoff und Getränkeverbundkartons.

(2) Ab 2005 wird die Wirtschaft Getränkeverpackungen aus PET im Ausmaß von mindestens 50% stofflich verwerten.

III. Bottle-to-bottle-Recycling

(1) In den folgenden Jahren wird die Wirtschaft, in regionalen und nachhaltigen Stoffkreisläufen mindestens die angeführten Tonnagen des post-consumer PET Recyclats der Produktion von PET-Flaschen zuführen.

2005 — 500 Tonnen
2006 — 2.500 Tonnen
2007 — 6.000 Tonnen

(Der zuletzt genannte Wert entspricht einer Primärmaterialeinsparung von ca. 20% bezogen auf den Gesamtmarktinput von 2003.)

(2) Der Anteil verwerteter Materialien in Recycling-PET-Getränkegebinden wird bis 2007 bis zu 30% angehoben werden. Damit wird eine hochwertige neue Schiene für die stoffliche Verwertung eröffnet.

IV. Absicherung und Förderung von Mehrwegsystemen

Abfüller, Vertreiber und Importeure werden jedenfalls die Getränkearten Mineralwasser, Bier, Limonaden und Fruchtsäfte auch weiterhin in Mehrwegsystemen anbieten, wobei Bier überwiegend in Mehrweggebinden angeboten wird. Damit soll dem Konsumenten die Wahlmöglichkeit zwischen Mehrweg- und Einweggebinden erhalten werden.
Maßnahmen zur Steigerung der Nachfrage der Konsumenten nach Mehrweg-Gebinden sowie zur Erhaltung eines ausreichenden Nachfragevolumens gemäß den Punkten VI – VIII werden in umfassender Weise nachvollziehbar gesetzt und im Umsetzungsbericht der Wirtschaftskammer Österreich dargestellt.

V. Wiederbefüllung und stoffliche Verwertung

(1) Die Wirtschaft verpflichtet sich, die Verpackungen der Getränkearten

1. Mineralwasser, Tafelwasser, Sodawasser, sonstige abgefüllte Wässer;
2. Bier und Biermischgetränke (wie insbesondere Radler);
3. alkoholfreie Erfrischungsgetränke (wie Limonaden) einschließlich aromatisierte Wässer, Fruchtsaft und Gemüsesaftgetränke, isotonische Getränke, Energydrinks, Eistee, Kombucha, Sojamilch, Molkegetränke, Malzgetränke, alkoholfreie Biere und ähnliche Erfrischungsgetränke;
4. Fruchtsäfte, Gemüsesäfte, Nektare;
5. Milch und flüssige Milchprodukte;
6. Wein;
7. Sekt, Schaumwein, Perlwein und Spirituosen (einschließlich mit Fruchtsäften versetzte Sekte, Schaumweine, Perlweine und Spirituosen) und sonstige alkoholhältige Getränke,

die an Letztverbraucher abgegeben werden, zu mindestens 80% wieder zu befüllen oder stofflich zu verwerten. Die von der Gastronomie offen[2] an Letztverbraucher abgegebenen Getränke sind dabei nicht zu berücksichtigen.

VI. Konsumenteninformation

(1) Vertreiber und Abfüller werden die Konsumenten über das bestehende Angebot an Getränken in Mehrweggebinden ausreichend informieren.

(2) Die Vertreiber informieren kontinuierlich über das zur Verfügung stehende Mehrwegangebot. Dies erfolgt auch im Rahmen der „Nachhaltigkeitswochen".

(3) Die Vertreiber verpflichten sich, bei den unter V. genannten Getränken den Preis pro Liter, bei Bier pro halben Liter auszuzeichnen, um dem Konsumenten Preisvergleiche zu erleichtern.

(4) Die Wirtschaft verpflichtet sich, jährlich mindestens 75.000 Euro für unternehmensübergreifende Maßnahmen zur Information der KonsumentInnen über das Mehrwegangebot und dessen ökologische Aspekte sowie über die nachhaltige Gestaltung von Getränkeverpackungen zur Verfügung zu stellen. Die Informationsmaßnahmen werden mit dem Lebensministerium abgestimmt, wobei die Maßnahmen auf Basis eines abgestimmten „Konzeptes zur Konsumenteninformation" umgesetzt werden.

[2] *Offen: aus Fässern, Tanks und Containern*

(5) Zum Zweck der Koordinierung und Finanzierung der vorstehend genannten Informationsmaßnahmen für Mehrwegverpackungen errichtet die Wirtschaftskammer Österreich eine „Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen".

(6) Der Werbeetat der Vertreiber und Abfüller wird zumindest in gleicher Höhe wie bisher zur Information über Mehrwegangebote beibehalten. Die Informationsmaßnahmen werden im Rahmen der „Arbeitsgemeinschaft Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen" koordiniert und mit dem Lebensministerium abgestimmt.

(7) Bei der Konsumenteninformation strebt die Wirtschaft die Zusammenarbeit mit der Plattform Mehrweg.at an. Die Vertreiber verpflichten sich, die Information über Mehrweg durch ein einheitliches Logo für Mehrweg zu unterstützen.

VII. Mehrwegpromotion

Die Vertreiber und die Abfüller werden die Attraktivität von Getränken in Mehrweggebinden mit dem Ziel, zumindest den Mehrweganteil von 2004 zu erhalten, insbesondere durch folgende Maßnahmen stärken:

Steigerung von werblichen Maßnahmen für Mehrweg (Erhöhung der Bewerbung):

- Information der Konsumenten am Point of Sale über die im Handel erhältlichen Getränke in Mehrweggebinden (z.B. Deckenhänger mit Mehrweglogo)
- Information der Konsumenten über Preisaktionen des Handels für Getränke in Mehrweggebinden in Flugblättern und sonstigen Werbeaussendungen unter Verwendung des Mehrweglogos
- Unterstützung von Mehrweggebinden durch klassische Mediawerbung (Print, Radio, Fernsehen)

Steigerung der Aktivitäten für Mehrweg

- Aufrechterhaltung bzw. Forcierung der Promotionsfrequenz für Getränke in Mehrweggebinden
- Ausgewogenes Verhältnis der Promotions für Getränke in Mehrweg- vs. Einweggebinden
- Forcierung von Zweitplatzierungen bei Aktionen mit Mehrweggebinden
- Loyalitätspromotions für Getränke in Mehrweggebinden (z.B.mehrfacher Kauf von Getränken in Mehrweggebinden wird durch Gratisware belohnt)
- Durchführung von Mehrwegwochen mindestens 2 mal jährlich pro Handelsoutlet
- Die Anzahl und Dauer der Mehrweg-Promotions wird je Handelsorganisation nicht geringer sein als im jeweiligen Vorjahr

MW-Aktionen werden nicht durch Aktionen für Getränke in Einweg konterkariert.
Abfüller, Importeure und Vertreiber von Getränken nutzen verstärkt das Österreichische Umweltzeichen (Richtlinie UZ 26 „Mehrweggebinde für Getränke und andere flüssige Lebensmittel"), um die Konsumenten über umweltgerechte Gebindearten zu informieren.

VIII. Betreuung von Groß-Events

Bei Groß-Events, welche einen entsprechenden Absatz an Getränken erwarten lassen, unterstützen Abfüller und Vertreiber die Verwendung von Mehrwegsystemen einschließlich Mehrwegbecher.

Bei Groß-Events, welche trotz der Unterstützung gemäß Abs.1 ein entsprechendes Aufkommen an Einweg-Getränkeverpackungen erwarten lassen, bietet die Wirtschaft den Besuchern benutzerfreundliche Abgabemöglichkeiten, um eine bestmögliche Erfassung und Verwertung der Verpackungen sicherzustellen. Sie informieren die Besucher über Mehrwegangebote und die ihnen zur Verfügung stehenden Abgabemöglichkeiten.

IX. Individueller Beitritt von Unternehmen zur Nachhaltigkeitsagenda

(1) Unternehmen, die wesentliche Teile dieser Nachhaltigkeitsagenda erfüllen wollen, erklären ihren individuellen Beitritt. Diese Erklärung ist an die Wirtschaftskammer Österreich zu richten. Die Erklärung bezieht sich auf die Nachhaltigkeitsagenda insgesamt oder auf die die jeweilige Unternehmensart betreffenden Maßnahmen.

(2) Der Beitritt steht Unternehmen auf den Ebenen der Getränkeabfüller, des Groß- und Einzelhandels, der Importeure und der sonstigen Vertreiber, der Verpackungshersteller sowie der Sammel- und Verwertungssysteme für Getränkeverpackungen offen.

(3) Die Wirtschaftskammer Österreich führt ein Verzeichnis der Unternehmen, die der Nachhaltigkeitsagenda beigetreten sind.

X. Umsetzungsbericht

Die Wirtschaftskammer Österreich erstellt für jedes Kalenderjahr bis zum 30. Juni des Folgejahres einen Umsetzungsbericht. Dieser Umsetzungsbericht wird der Öffentlichkeit im Internet zugänglich gemacht. Er umfasst insbesondere folgende Punkte:

- Dokumentation der Einhaltung des Punktes V
- Dokumentation der Marktmenge und der in Mehrweg angebotenen Getränke, aufgeschlüsselt nach Getränkearten
- Dokumentation der erfassten und verwerteten Getränkeverpackungen
- Dokumentation der aus den verwerteten Getränkeverpackungen hergestellten Güter, insbesondere der bottle-to-bottle rezyklierten Stoffe und Mengen
- Dokumentation der Maßnahmen zur Optimierung des Ökodesigns von Getränkeverpackungen (Verwendung recyclingfreundlicher Materialien, Reduktion der Materialvielfalt, Verringerung der Verpackungsgewichte pro Volumeneinheit)
- Darstellung der Maßnahmen zur Information der Konsumenten
- Dokumentation der Mehrwegpromotionen gesamthaft und für jede Handelsorganisation
- Darstellung der Leistungen bei Groß-Events

XI. Verpflichtungsperiode

Als Erfüllungszeitraum der Nachhaltigkeitsagenda wird der Zeitraum von 2005 bis 2007 festgelegt.

Wien am 04.10.2004

Wirtschaftskammer Österreich
Präsident Dr. Christoph Leitl

8|2 Beigetretene Betriebe 2005

Folgende Unternehmen treten der „Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen“ durch Erklärung bei:

Franz Bauer GmbH | Ob. Sirningfeldgasse 14 | 2640 Gloggnitz
A. Darbo AG | Davuau 18 | 6135 Staus
Gratzl Getränke GesmbH | Kellergasse 1 | 3434 Tulbing
„Privatquelle Gruber GmbH & Co KG“ | Innsbrucker Str. 38 | 6230 Brixlegg
Höfinger und Maller | Bahnhofstrasse30 | 3370 Ybbs
Arzberger Limonaden | Dr. Karl Rennerstr. 2 | 3200 Obergrafendorf
Brauerei Hirt GesmbH | Hirt 9 | 9322 Micheldorf
„Stieglbrauerei zu Salzburg GmbH“ | Kendlerstraße 1 | 5017 Salzburg
Karl Stanzl | Sonnenbergstraße 3 | 7053 Hornstein
„Gasteiner Mineralwasser GmbH“ | Erlengrundstraße 14 | 5640 Bad Gasteln
„Güssinger Beverages & Mineralwater GmbH“ | Güssinger Straße 1 | 7542 Gerersdorf-Sulz
Brau UNION Österr. AG | Poschacherstr. 35 | 4020 Linz
Mautner Markhof Feinkost GmbH | Mautner Markhofgasse 39-41 | 1110 Wien
„Coca-Cola Beverages AustriaGmbH“ | Triester Str. 91 | 1100 Wien
Fröhlich & Co KG | Leobendorfer Straße 2 | 2100 Korneuburg
„Hermann Pfanner Getränke GesmbH“ | Fabrikstraße 11
„Tafelwasser- und Getränke GmbH“ | Hopfgarten/Def. | 9961 Hopfgarten
„Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co“ | Langgasse 1 | 6830 Rankweil
Stiftsbrauerei Schlägl | Schlägl 1 | 4160 Schlägl
„Almdudler-Limonade A & S Klein GmbH & Co KG“ | Hackhofergasse 13 | 1190 Wien
„Vöslauer Mineralwasser AG“ | Paitzriegelgasse 2 | 2540 Bad Vöslau
Getränke Schober | Villacherstrasse 86v9800 Spittal/Drau
S. Spitz GmbH | Gmundner Strasse 27 | 4800 Attnang-Puchheim
Zwettl Karl Schwarz GmbH | Syrnauerstraße 22-25 | 3910 Zwettl
Privatbrauerei Josef Sigl | Brauhausgasse 2 | 5162 Obertrum
„Radlberger Getränke GmbH & Co“ | Tiroler Straße 20 | 3105 Unterradlberg
„Vereinigte Kärntner Brauereien AG“ | Brauhausgasse 6 | 9500 Villach
Römerquelle GmbH | Holzmanngasse 3 | 1210 Wien
Red Bull GmbH | Am Brunnen 1 | 5330 Fuschl am See
„SPAR Österreichische Waren-handels-AG“ | Europastraße 3 | 5015 Salzburg
„1. Obermurataler Brauereigen. Reg.GenmbH in Murau“ | Raffaltplatz 19-23 | 8850 Murau
Leeb Getränke GmbH | Lunastraße 1 | 5700 Zell am See

MERKUR Warenhandels AG | 2355 Wr. Neudorf
Graf-Spar | Pramet 14 | 4925 Pramet
Gull | Palting 4 | 5163 Oberösterreich
Limonadenerzeugung | Hauptstraße 109 B | 8786 Rottenmann
Hochfelsner Karl | Manhartstraße 63 | 2000 Stockerau
Nah & Frisch Friedl Hofbauer | 3293 Lunz/See
Höfinger und Maller | Bahnhofstrasse 30 | 3370 Ybbs
„Gerhard Holub, ADEG aktiv-Markt“ | Herzog Albrecht Str. 3 | 2361 Laxenburg
J. Hornig GmbH | Waagner-Biro-Str. 39-41 | 6020 Graz
GEKO Großhandel GmbH | Laxenburgerstr. 365 Halle A4 | 1230 Wien
ANTON Schlecker GmbH | Anton Schlecker Str. 1 | 4055 Pucking
„KASTNER Brückler GroßhandelsgesmbH“ | Industriegelände 6 | 8380 Jennersdorf
„KASTNER Brückler GroßhandelsgesmbH“ | Kremserstraße 35 | 3910 Zwettl
„Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH“ | Hauptplatz 7 | 3571 Gars am Kamp
Kolarik & Buben GmbH | Modecenterstrasse 4A | 1030 Wien
„EUROGAST Österreich GmbHBundeszentrale“ | Rottweg 17 | 5020 Salzburg
Hofer KG | Hoferstraße 1 | 4642 Sattledt
Zillertal Bier GmbH | Umfahrungsstrasse 3 | 6280 Zell am Ziller
„Lekkerland Handels- und Dienstleistungs AG“ | Handelsstraße 1 | 2630 Ternitz
„Unimarkt HandelsgmbH & Co KG“ | Egger Lienz Str. 15 | 4050 Traun
Wedl & Dick GmbH | Leopold-Wedl-Straße 1 | 6068 Mils
Nussbaumer GmbH | Hans-Resel-Gasse 27a | 8021 Graz
„EUROGAST SinnesbergerProfi CC für die Gastronomie Zustellgroßhandel - Gastronomie
Heizöle und feste Brennstoffe“ | Innsbrucker Str. 66 | 6382 Kirchdorf in Tirol
Feinkost Oppermann | Weidfeldstraße 174 | 4050 Traun
Norbert Oppitz | Kirchenplatz 1 | 4770 Andorf
Kolonial-Import-GmbH KG | Lastenstrasse 41 | 8020 Graz
„Adeg ÖsterreichHandelsaktiengesmbH“ | Handelszentrum 5 | 5101 Bergheim
„Eurogast Pilz Ignaz Söhne GmbH“ | Litschauerstraße 56 | 3950 Gmünd
Kärntner Legro Ges.m.b.H. | Siriusstraße 30 | 9020 Klagenfurt
Rafelseder | Marktstraße 15 | 3323 Neustadl
Hans Riedhart GmbH & Co KG | Insbrucker Straße 96 | 6300 Wörgl
Stiftsbrauerei Schlägl | Schlägl 1 | 4160 Schlägl
Pfeiffer HandelsgmbH | Egger-Lienz-Str.15 | 4050 Traun
Alois Speckbacher Reutte | Großfeldstraße 15 | 6600 Reutte
„Vereinigte Kärntner Brauereien AG“ | Brauhausgasse 6 | 9500 Villach
Brauerei Schloss Eggenberg | Eggenberg 1 | 4655 Vorchdorf
Wedl & Dick GmbH | Leopold-Wedl-Straße 1 | 6068 Mils
Tabor Warenhaus GmbH | Kaserngasse 1A | 4401 Steyr

Z-E-V Markant | Radingerstr.2a | 1020 Wien
Alfred WIENER | Mairegasse 12 | 2700 Wr. Neustadt
Billa AG | 2355 Wr. Neudorf
ADEG-Kaufhaus ZEILINGER | Jakobstraße 10 | 3323 Neustadtl
Zuegg KG | Nussdorf-Debant | 9990 Nussdorf-Debant
Huber KG | Hinterstoder 151 | 4573 Hinterstoder
Jeog GmbH | Taborstraße 95 | 1200 Wien
„C & C Selbstbedienung Joh. Berger´s Witwe & Söhne GmbH“ | Flachgasse 24-28 | 1150 Wien
H.P. Lichtscheidl | Arbeitergasse 1 | 7022 Schattendorf
METRO Cash & Carry Österreich GmbH | Ortsstraße 23-27 | 2331 Vösendorf
ARGEV | Lindengasse 43/13 | 1071.Wien
Altstoff Recycling Austria AG | Mariahilfer Straße 123 | 1062 Wien
„EVA Erfassen und Vertretenvon Altstoffen GmbH“ | Ungargasse 35 | 1030 Wien
PET Recycling Team GmbH | Madersbergerstraße 6 | 2752 Wöllersdorf
„Rexam Beverage CanEnzesfeld GmbH“ | Hauptstraße 11 | 2551 Enzesfeld

IMPRESSUM

WKÖ, Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik
Abteilungsleiter Univ.Doz. Dr. Mag. Stephan Schwarzer

IN ZUSAMMENARBEIT MIT
ARA Altstoff Recycling Austria AG | Christian Mayer, DI Dieter Schuch
ARGEV Verpackungsverwertungs-Ges.m.b.H | Dr. Franz Buchal, Gottfried Bieglmayer
ÖKK Österreichischer Kunststoffkreislauf AG | Walter Schodl
Bundesgremium des Lebensmittelhandels | DI Alfred Matousek, Mag. Richard Franta
Fachverband der Nahrungs- und Genußmittelindustrie | Prok. Monika Polster, Dr. Johann Brunner
Fachverband der Maschinen- und Metallwarenindustrie | Dr. Dorothea Junk
Fachverband der Glasindustrie | MMag. Alexander Krissmanek
ARGE Getränkekarton | Mag. Georg Matyk
Unternehmensberatung KEG | DI Gernot Wohleser
Initiative mehrweg.at (ARGE Müllvermeidung) | Matthias Neitsch

REDAKTION
Mag. Axel Zuschmann (Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Lobbying GmbH)
Mag. Petra Gattringer (WKÖ, Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik)

GESTALTUNG
R+K Kowanz

FOTOS
Bilderbox.com (Titel,7) | ARA/ARGEV/Kurt Keinrath (4) | R+K Kowanz (9) | ÖKK AG (12) | S.Spitz GesmbH (19) | DMG Martin Reiter (20) | ARGEV (20) | DMG Manfred Machacek (20) | REXAM Beverage Can Europe (22) | ARA/Peter Ehringer (25) | Tatwort (30)

Wirtschaftskammer Österreich, Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik
Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien
T 05 90 900- 3015
F 05 90 900-269
E up@wko.at
www.nachhaltigkeitsagenda.at
wko.at/up