

ENDBERICHT

**Arbeitsgruppe zur „Sicherung und Optimierung der
Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme in Österreich“
(AG-MEHRWEG)**

Dezember 2010

Impressum:

AG Mehrweg Mitglieder:

Walter Schober, Christian Keri, Wolfgang Holzer, Georg Fürnsinn, Andreas Tschulik
(alle BMLFUW)
Erich Gungl (Amt der Stmk. Landesregierung)
Martina Kreisel (Amt der OÖ Landesregierung)
Karin Büchl-Krammerstätter, Ulrike Stocker, Gerald Kroneder
(alle Amt der Wiener Landesregierung)
Wilfried Mayr (Amt der Sbg. Landesregierung)

Wissenschaftliche Begleitung:

Gerhard Vogel (Institut für Technologie und nachhaltiges Produktmanagement der Wirtschaftsuniversität Wien)
Christian Pladerer (Österreichisches Ökologie-Institut)

Inhalt

Zusammenfassung

1	Der Auftrag an die Arbeitsgruppe (Aufgabenstellung und Zielsetzung)	5
2	Bisheriger Verlauf und Beschreibung des Umfelds	5
3	Mehrweg- Die Entwicklungen der letzten Jahre	8
4	Beschreibung des Ökobonus-Modells	9
4.1	Entwicklung des Ökobonus-Modells.....	9
4.2	Eckpunkte des Ökobonus-Modells	9
4.3	Beschreibung und Darstellung der Funktionsweise des Ökobonus-Modells (Vorschlag der AG Mehrweg)	10
4.3.1	Das Bonus-/Malussystem	10
4.3.2	Unternehmens Mehrweg-Zielquote (UMZQ) und Stufenplan.....	11
4.3.3	Funktionsweise des Ökobonus-Modells aus Sicht des Unternehmens	12
4.3.4	Funktionsweise aus volkswirtschaftlicher Sicht	15
4.3.5	Informationspflicht für Mehrweg-Getränkeverpackungen	16
4.4	Fragen und Antworten zum Ökobonus-Modell	16
5	Erwartete Wirkungen und Auswirkungen	20
6	Gesetzestext (Entwurf der Arbeitsgruppe „Mehrweg“)	24
7	Stellungnahmen der Sozialpartner	26
8	Anmerkungen zu den Stellungnahmen	39
9	Ausblick	41
10	Anhang	42
10.1	Verwendete Literatur und Quellen.....	42
10.2	Abbildungsverzeichnis.....	43
10.3	Entwicklung der Mehrwegquote in den Jahren 2004 bis 2008 inkl. Gastronomie	44
10.4	Detailldaten für das Jahr 2008 ohne Fass-, Tank- und Containerware	45
10.5	Packungsmix 2007	46

Zusammenfassung

Ziel des Ökobonus-Modells ist der Erhalt und Ausbau der Mehrweg-Getränkeverpackungen ausgehend vom Ist-Stand über einen Zeitraum von 6 bis 8 Jahren auf einen Anteil von ca. 50%, um die Wahlfreiheit der KonsumentInnen, die derzeit bei weitem nicht gegeben ist dauerhaft sicherzustellen. Kernpunkt sind rechtlich verankerte Mehrweg-Zielquoten, die von Letztverteilern zu erreichen sind. Werden diese Mehrweg-Zielquoten nicht erreicht, wird eine Abgabe fällig. Werden diese Zielquoten sogar überschritten, so werden die eingehobenen Abgaben nach Abzug eines Verwaltungsaufwandes an diese Unternehmen ausgeschüttet. Damit sollen Mehraufwendungen für Mehrweg-Getränkegebinde abgedeckt und die Unternehmen und Konsumenten die jene Gebinde vertreiben bzw. kaufen entlastet werden.

Im Fokus stehen dabei die Getränkearten Wässer, Bier, Limonaden und Säfte und die dafür eingesetzten Gebinde mit einem Füllvolumen bis 5 Liter, die über den klassischen Lebensmittelhandel vertrieben werden. Aufgrund der Marktkonzentration in diesem Bereich, kann mit einer überschaubaren Anzahl an betroffenen Unternehmen ca. 90% des Marktes abgedeckt und die entsprechende Wirkung erzielt werden.

1 Der Auftrag an die Arbeitsgruppe (Aufgabenstellung und Zielsetzung)

Die LandesumweltreferentInnen fordern seit mehreren Jahren konkrete Maßnahmen zur Sicherung und Steigerung des Mehrweganteils bei Getränkeverpackungen. In Vorbereitung dazu wurden über einen Auftrag der Bundesländer Wien und Salzburg im Jahr 2009 vom Institut für Technologie und nachhaltiges Produktmanagement der Wirtschaftsuniversität Wien und dem Österreichischen Ökologie-Institut, aufbauend auf den Erfahrungen in anderen europäischen Ländern, bereits Modelle für Österreich entwickelt („*Mehrweg hat Zukunft! Modelle und Modellbausteine zur Steigerung des Einsatzes von Mehrweggetränkeverpackungen in Österreich*“¹).

Im Beschluss der LandesumweltreferentInnenkonferenz 2009 wurde daher Herr Bundesminister Berlakovich nochmals ersucht, gemeinsam mit VertreterInnen der Bundesländer konkrete und verbindliche Maßnahmen zu entwickeln und ein Umsetzungsmodell für die Erlassung einer rechtlich verbindlichen Regelung zu erarbeiten.

Diesem Ersuchen wurde Anfang des Jahres 2010 mit Einsetzung der Arbeitsgruppe zur „**Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme in Österreich (AG-Mehrweg)**“ entsprochen. In dieser Arbeitsgruppe aus VertreterInnen des Lebensministeriums, der Bundesländer und den Studienautoren der Studie „*Mehrweg hat Zukunft*“ wurde in mehreren Sitzungen das nunmehr vorliegende Modell entwickelt („**Ökobonus-Modell**“).

Entsprechend dem Auftrag aus dem Beschluss der LandesumweltreferentInnenkonferenz 2010 wurde dieses Modell auch den VertreterInnen der Sozialpartner präsentiert. Die Sozialpartner Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer und Landwirtschaftskammer wurden eingeladen, Fragen, Wünsche und Anregungen in den Diskussionsprozess einzubringen.

2 Bisheriger Verlauf und Beschreibung des Umfelds

Die Arbeiter- und Landwirtschaftskammern beteiligten sich mit konstruktiven Vorschlägen aktiv am Diskussionsprozess. Die Wirtschaftskammer Österreich hat nach dem ersten Gespräch eine weitere Teilnahme abgelehnt.

Der Prozess zur Entwicklung eines Modells zur Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme in Österreich wurde daher mit der Arbeiterkammer und der Landwirtschaftskammer fortgesetzt.

Dabei ist der nunmehr vorliegende Bericht zum „Ökobonus-Modell“ als Information und Empfehlung an die politischen Entscheidungsträger zu sehen.

¹ PLADERER Christian et al. (Österreichisches Ökologie-Institut) und VOGEL Gerhard, et al. (Institut für Technologie und nachhaltiges Produktmanagement der Wirtschaftsuniversität Wien): „*Mehrweg hat Zukunft! Modelle und Modellbausteine zur Steigerung des Einsatzes von Mehrweggetränkeverpackungen in Österreich, basierend auf einer Analyse von internationalen Erfahrungen*“, Abschlussbericht im Auftrag der Wiener Umweltschutzabteilung - MA22, Wiener Magistratsabteilungen - MA48, Land Salzburg, Amt der Salzburger Landesregierung, Abt.16 Umweltschutz, Wiener Umweltanwaltschaft, Wien, Juni 2009 (http://www.ecology.at/mehrweg09_modell.htm)

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

Entsprechend der neuen EU-Abfallrahmenrichtlinie, deren Inhalte auch mit der nächsten AWG-Novelle umgesetzt werden sollen, wird eine neue fünfstufige Hierarchie von Abfallbewirtschaftungsoptionen festgelegt, wobei Abfallvermeidung wie bisher die bevorzugte Option darstellt, gefolgt von der Vorbereitung zur Wiederverwendung, Recycling, sonstiger Verwertung und sicherer Beseitigung als letzter Möglichkeit.

Die Wiederverwendung von Mehrweg-Getränkeverpackungen für ihren ursprünglichen Zweck ist ein typisches Beispiel für eine Abfallvermeidungsmaßnahme und steht in der Hierarchie klar vor dem Recycling.

Ein hoher Anteil an Mehrweg-Getränkeverpackungen zählt zu den Optionen, die laut BAWP (siehe Materialienband 2006 zum BAWP "Abfallvermeidung und –verwertung in Österreich) zu einer Verringerung des Aufkommens der Abfälle aus Haushalten und ähnlichen Einrichtungen bzw. zu deren Schadstoffentfrachtung beitragen können.

Lag die Mehrwegquote im Lebensmittelhandel in Österreich im Jahr 2000 noch bei 46% (ohne Fass- und Tankmengen sowie Postmix), lag die Mehrwegquote 2009 nur mehr bei 25%. Die Umkehrung dieses Trends durch eine Steigerung des Anteils an Mehrweg-Getränkeverpackungen trägt als effektive Abfallvermeidungsmaßnahme zur Zielerreichung des AWG 2002 und der Abfallrahmenrichtlinie bei.

Da künftig laut EU-Abfallrahmenrichtlinie von den Mitgliedstaaten Abfallvermeidungsprogramme mit möglichst hohem Potenzial zu planen und umzusetzen sind, sollte auf diese relativ leicht realisierbare Maßnahme nicht verzichtet werden.

Im Frühjahr 2010 wurde auf politischer Ebene von der Altstoff Recycling Austria Aktiengesellschaft (ARA-AG) und einzelnen IndustrievertreterInnen ein „Expertenaustausch zum Thema Getränkeverpackungen“ initiiert. Dabei wurde sowohl von den VertreterInnen der ARA-AG, als auch der Getränkeindustrie die Grundsatzfrage - Sind Mehrweg-Getränkeverpackungen ökologisch vorteilhafter als Einwegverpackungen und unter welchen Rahmenbedingungen stimmt diese Aussage auf jeden Fall? - gestellt.

In mehreren Gesprächsrunden wurden zu diesem Thema Informationen bzw. Argumente ausgetauscht und die Ergebnisse einer Vielzahl bis dato vorliegender Studien diskutiert.

Auch unter Berücksichtigung der Ergebnisse dieser Diskussionen und unter den durchschnittlichen österreichischen Gegebenheiten stellt die AG-Mehrweg fest

- keine einzige wissenschaftliche und methodisch einwandfreie **Ökobilanzierung** von Getränkeverpackungen stellt die ökologische Vorteilhaftigkeit von Mehrwegsystemen (Mehrweg- PET und Mehrweg-Glas bei Softdrinks, Säfte und Wasser; Mehrweg-Glas bei Bier) in Frage.

Auch durch die Annahme, dass das PET-Recycling in Österreich weiter optimiert werden kann, kann sich dieses Ergebnis nicht wesentlich verändern.

Dazu stellt auch das IFEU-Institut für Energie- und Umweltforschung in Heidelberg in einer Aussendung vom 13. Juli 2010² fest, dass ...*die **PET-Mehrwegflaschen des GDB-Pools (GDB: Genossenschaft Deutscher Brunnen) die ökologisch günstigsten Getränkeverpackungen sind, hier gibt es eine klare Kaufempfehlung. Diese Bewertung dürfte auch für andere regional ausgerichtete Abfüllerstrukturen gelten, deren Flaschen vergleichbar hohe Umlaufzahlen erreichen...***Die Studien lassen klar erkennen, dass ***bei gleichen Flaschenvolumina** (z.B. 0,5L Mehrweg-Glasflasche im Vergleich zur 0,5L Dosen oder 0,5L PET Einwegflaschen) **die Glas-Mehrwegflaschen den Einwegverpackungen ökologisch überlegen sind...***

- Die Daten zur aktuellen Entwicklung der **Mehrwegquote bei Getränkeverpackungen** sowie zu konkreten **Maßnahmen** der betroffenen Wirtschaftskreise im Bereich der Nachhaltigkeitsagenda 2008-2017³ (dritte freiwillige Selbstverpflichtung) sind im aktuellen Monitoringbericht enthalten, der derzeit allerdings nur dem BMLFUW zur Verfügung steht, nicht veröffentlicht wurde und daher der AG Mehrweg nicht zugänglich war.

Am **29. September 2010** fand ein extern moderiertes **Expertengespräch** von relevanten ExpertInnen zum Thema **Ökobilanzierung von Verpackungen** statt. Ziel dieses Expertengesprächs war es, zu klären, ob bei bestimmten Parametern und Kriterien, in Bezug auf die derzeit in Diskussion stehenden Getränkearten und -gebilde jedenfalls ökologische Vorteile von Mehrwegverpackungen bestehen.

Resümee der Expertenrunde:

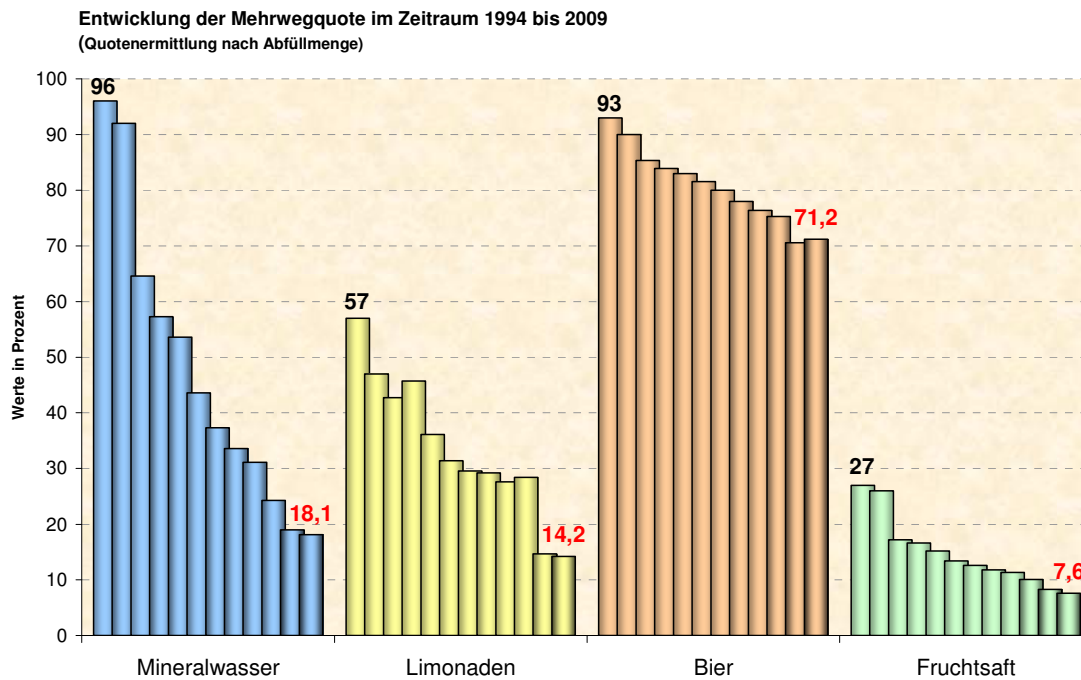
- Unstrittig ist der ökologische Vorteil von Glas-MW gegenüber Glas-EW sowie Metall-EW.
- Bei regionalen Distributionsentfernungen wie sie in Ö derzeit durchschnittlich vorzufinden sind, ist PET-MW die ökologisch beste Variante.
- Optimierungen beim Verpackungssystem in Hinblick auf Materialeinsparung, Convenience, Recyclateinsatz, Effizienzsteigerungen der Abfüllanlagen usw. erfolgten in der Vergangenheit in erster Linie im Einwegbereich. Bei Mehrweg-Getränkeverpackungen besteht noch ein großes Optimierungspotential. Voraussetzung für Optimierungsmaßnahmen im Mehrwegbereich ist allerdings längerfristige Planungssicherheit, denn Innovationen im Bereich Mehrweg bedeuten maßgebliche Investitionen.
- Die Bedeutung der Transportentfernung legt die Förderung regionaler Produkte und Distribution nahe.
- Die Frage der ökologischen Vorteilhaftigkeit fällt bei den diskutierten derzeitigen österreichischen Rahmenbedingungen weiterhin zu Gunsten Mehrweg aus, auch wenn Einweg in mancher Hinsicht in den letzten Jahren ökologisch aufgeholt hat. Die anderen oben genannten Aspekte (Wertschöpfung, Arbeitsplätze,...) sind auch relevant und wären gegebenenfalls noch in ähnlicher Form zu diskutieren.

² Zusammenfassung der Handreichung zur Diskussion um Einweg- und Mehrweggetränkeverpackungen (IFEU GmbH, Heidelberg, Juli 2010)

³ Nachhaltigkeitsagenda 2008 - 2017 der österreichischen Wirtschaft für Getränkeverpackungen

3 Mehrweg- Die Entwicklungen der letzten Jahre

Die folgende Darstellung zeigt die Entwicklung des Mehrweganteils bei Getränkeverpackungen im Zeitraum von 1994 bis 2009 inkl. Gastronomie und Postmix.



Mehrweganteile Getränkeverpackungen												
	1994	1997	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Mineralwasser	96	92	64,6	57,3	53,6	43,6	37,3	33,6	31,1	24,3	19,0	18,1
Limonaden	57	47	42,7	45,7	36,1	31,4	29,6	29,2	27,6	28,4	14,7	14,2
Bier	93	90	85,3	83,9	83,0	81,5	80,0	78,0	76,4	75,3	70,6	71,2
Fruchtsaft	27	26	17,2	16,6	15,2	13,4	12,6	11,8	11,3	10,1	8,3	7,6
Mehrwegquote gesamt			59,2	56,4	53,4	48,1	45,6	43,9	42,3	40,1	31,8	31,2

Abbildung 1: Entwicklung des Mehrweganteils bei Getränkeverpackungen im Zeitraum von 1994 bis 2009 inkl. Gastronomie und Postmix

Aus der Tabelle ist unschwer erkennbar, dass der Abwärtstrend bei Mehrweg-Getränkeverpackungen anhält. Die Mehrwegquote insgesamt, d.h. aller oben genannten Getränkearten (ohne Milch) lag 2009 nur mehr bei **31,2 Prozent**.

Aktuelle und detaillierte Daten – auch über die Anzahl der Getränkegebilde - wurden für das Jahr 2008 zur Verfügung gestellt. (Detailtabelle siehe Anhang)
Diese Zahlen dienten in Folge als Basiswerte für sämtliche Berechnungen verschiedener Modellansätze und schließlich auch des "Ökobonus-Modells".

Die Relevanz des Themas Getränkeverpackungen ist auch erkennbar, wenn man die jährlich in Verkehr gesetzte Anzahl an Gebinden betrachtet: im Jahr 2008 wurden rd. **4.800.000.000 Stück** verkauft, alleine rd. **3.800.000.000 Stück** davon in **Einwegverpackungen**.

4 Beschreibung des Ökobonus-Modells

4.1 Entwicklung des Ökobonus-Modells

Im Rahmen einer umfangreichen Studie („*Mehrweg hat Zukunft! Modelle und Modellbausteine zur Steigerung des Einsatzes von Mehrweg-Getränkeverpackungen in Österreich*“⁴) wurden die Entwicklungen und Erfahrungen in europäischen Ländern detailliert dokumentiert. Aufbauend darauf und unter Berücksichtigung der österreichischen Gegebenheiten und Besonderheiten wurden unterschiedliche mögliche Umsetzungsmodelle für Österreich mit dem Ziel Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme zu sichern und zu optimieren entwickelt. Aus einem Pool von Modellbausteinen wie Abgaben, Steuern, Pfand, Lizenzen und Belohnungssystemen wurden für Österreich geeignete Modellvarianten entwickelt und vorgeschlagen. Auf Basis dieser Vorschläge und der ökologischen und ökonomischen Bewertung hat die AG-Mehrweg das Ökobonus-Modell aufgegriffen und weiterentwickelt. Aufgrund der gegebenen Marktsituation in Österreich und den in den letzten Jahren gewonnenen Erfahrungen mit den Akteuren wurde einhellig die Ebene des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) als die für eine wirksame Maßnahme am besten geeignete Ebene identifiziert. Daher setzt das in Folge beschriebene Ökobonus-Modell auf die Steuerungswirkung, die auf Ebenen des LEH entfaltet werden kann. Mit der Einführung einer Unternehmensmehrwegquote bietet sich für den Handel auch die Möglichkeit, beim Überschreiten der Zielquote mit zusätzlichen Bonuszahlungen belohnt zu werden.

4.2 Eckpunkte des Ökobonus-Modells

Die Eckpunkte des Ökobonus-Modells, die jedenfalls gesetzlich geregelt werden sollen, sind:

A) Aufkommensneutrales Bonus-/Malussystem

Das Ökobonus-Modell ist keine Verpackungssteuer sondern ein

- **aufkommensneutrales Bonus-/Malussystem** für Getränkeverpackungen,
- das auf einer österreichweit einheitlich vorgegebenen **Mehrweg-Zielquote** basiert, die
- von jedem **Unternehmen** selbst **erfüllt** werden muss (keine "Kollektivverantwortung der Wirtschaft" und
- auf der **Ebene** des **Lebensmitteleinzelhandels** in Österreich ansetzt.

Die Einnahmen (Summe der Malus-Zahlungen) werden für die Ausschüttung von Bonus-Zahlungen an jene, die die Zielquote freiwillig überschritten haben, herangezogen. Die durch die Abwicklung entstehenden Kosten sowie die Durchführung von Studien und Projekten, insbesondere zur Information der Bevölkerung über die Ziele und Anwendung des Ökobonus-Modells, werden ebenso mit den Malus-Zahlungen finanziert.

⁴ PLADERER Christian et al. (Österreichisches Ökologie-Institut) und VOGEL Gerhard, et al. (Institut für Technologie und nachhaltiges Produktmanagement der Wirtschaftsuniversität Wien): „*Mehrweg hat Zukunft! Modelle und Modellbausteine zur Steigerung des Einsatzes von Mehrweggetränkeverpackungen in Österreich, basierend auf einer Analyse von internationalen Erfahrungen*“, Abschlussbericht im Auftrag der Wiener Umweltschutzabteilung - MA22, Wiener Magistratsabteilungen - MA48, Land Salzburg, Amt der Salzburger Landesregierung, Abt.16 Umweltschutz, Wiener Umweltschutzabteilung, Wien, Juni 2009 (http://www.ecology.at/mehrweg09_modell.htm)

Die Höhe der **Malus-Zahlung** ist so festzulegen, dass dadurch eine **echte Steuerungswirkung** entsteht und somit ein spürbarer **finanzieller Anreiz** für das Erreichen der vorgegebenen Mehrweg-Zielquote gegeben ist.

B) Mehrweg-Zielquote für Unternehmen

Die Mehrweg-Zielquote wird vom Gesetzgeber österreichweit einheitlich vorgegeben und definiert jenes Ziel, das in einen bestimmten Zeitraum auf Unternehmensebene zu erreichen ist. Wenn das Unternehmen diese Zielquote **unterschreitet**, muss es **Malus-Zahlungen** entrichten. Wenn das Unternehmen diese Zielquote exakt **erreicht oder überschreitet**, sind **jedenfalls keine Malus-Zahlungen** zu entrichten. Um in den Genuss der **Auszahlung eines Ökobonus** zu kommen, muss diese Mehrweg-Zielquote auf Unternehmensebene überschritten werden.

C) Stufenplan

Die Mehrweg-Zielquote für Unternehmen folgt einem Stufenplan. Beginnend mit 30% wird die Mehrweg-Zielquote in den nächsten Jahren schrittweise auf 50% angehoben. Durch den Stufenplan sowie eine adäquate Übergangszeit bis zum Inkrafttreten der Bestimmungen können die betroffenen Unternehmen die erforderlichen Maßnahmen zeitgerecht planen und umsetzen.

D) Informationspflicht für Mehrweg-Getränkeverpackungen

Mehrweg-Getränkeverpackungen sind oftmals für den Konsumenten nur schwer als solche erkennbar. Die Verankerung einer Informationspflicht soll dies ändern. Jede Mehrweg-Getränkeverpackung muss entsprechend gekennzeichnet sein oder es hat zumindest am Verkaufsregal eine Kennzeichnung mit dem Mehrweglogo oder etwas Gleichartigem zu erfolgen.

4.3 Beschreibung und Darstellung der Funktionsweise des Ökobonus-Modells (Vorschlag der AG Mehrweg)

4.3.1 Das Bonus-/Malussystem

Die Erfahrungen, insbesondere aus der Entwicklung in den letzten Jahren, haben gezeigt, dass einerseits eine freiwillige Selbstverpflichtung der Wirtschaft nicht zum gewünschten Erfolg, - d.h. zu einer Stabilisierung des Mehrweganteils bei Getränkeverpackungen und damit zur Wiederherstellung der Wahlfreiheit des Konsumenten - führt. Andererseits sind es in Österreich gerade die Großformen des Lebensmitteleinzelhandels die entscheidenden Einfluss auf die Wahlmöglichkeit des Gebindes – Einweg oder Mehrweg – ausüben können.

Daher sieht das Ökobonus-Modell die gesetzliche Verankerung von wesentlichen Punkten wie das Bonus-/Malussystem und die Fixierung von Zielquoten vor, lässt aber gleichzeitig den Unternehmen großen Gestaltungsspielraum bei der Frage wie diese Ziele am besten und effizientesten erreicht werden können. Beispielsweise wird aus diesem Grund auch nur eine Mehrweg-Zielquote festgelegt, die auf eine Unterscheidung nach Getränkearten oder Gebindegrößen etc verzichtet.

Das vorgeschlagene Bonus-/Malussystem stellt sicher, dass

- für alle betroffenen Unternehmen gleiche Spielregeln gelten (fairer Wettbewerb)
- die Maßnahmen zur Zielerreichung von jedem betroffenen Unternehmen eigenständig geplant und umgesetzt werden können (keine „kollektive Verantwortung der Wirtschaft“)
- durch den drohenden Malus ein wirksamer finanzieller Anreiz zur Erreichung der Mehrweg-Zielquote gesetzt wird
- sich der pro Einweggebinde zu entrichtende Malus-Betrag mit steigender Unternehmens-Mehrwegquote entsprechend reduziert
- bei Erreichen oder Überschreiten der Mehrweg-Zielquote jedenfalls kein Malus zu entrichten ist,
- bei Unterschreiten der Mehrweg-Zielquote der zu entrichtende Malus für das Unternehmen klar und exakt berechenbar ist
- die eingenommenen Malus-Zahlungen in Form von Bonus-Zahlungen wieder in den Wirtschaftskreislauf zurückfließen (d.h. es kommt zu keinem Kaufkraftverlust)

Internationale Erfahrungen haben gezeigt, dass für die Entfaltung einer echten Steuerungswirkung der Betrag von 0,2 € pro Gebinde angemessen ist. Daher empfiehlt die AG-Mehrweg den Malus mit 0,2 € pro Einweggebinde als Berechnungsgrundlage im Bonus-/Malussystem festzulegen. Von einem wesentlich geringer angesetzten Betrag wird abgeraten, da ansonsten die notwendige Lenkungswirkung verloren gehen würde.

4.3.2 Mehrweg-Zielquote für Unternehmen und Stufenplan bei der Umsetzung

Wie bereits erwähnt soll die Mehrweg-Zielquote, die von jedem Unternehmen individuell zu erfüllen ist, vom Gesetzgeber festgelegt werden und beginnend mit 30% im Jahr 2012 stufenweise bis ins Jahr 2018 auf 50% angehoben werden.

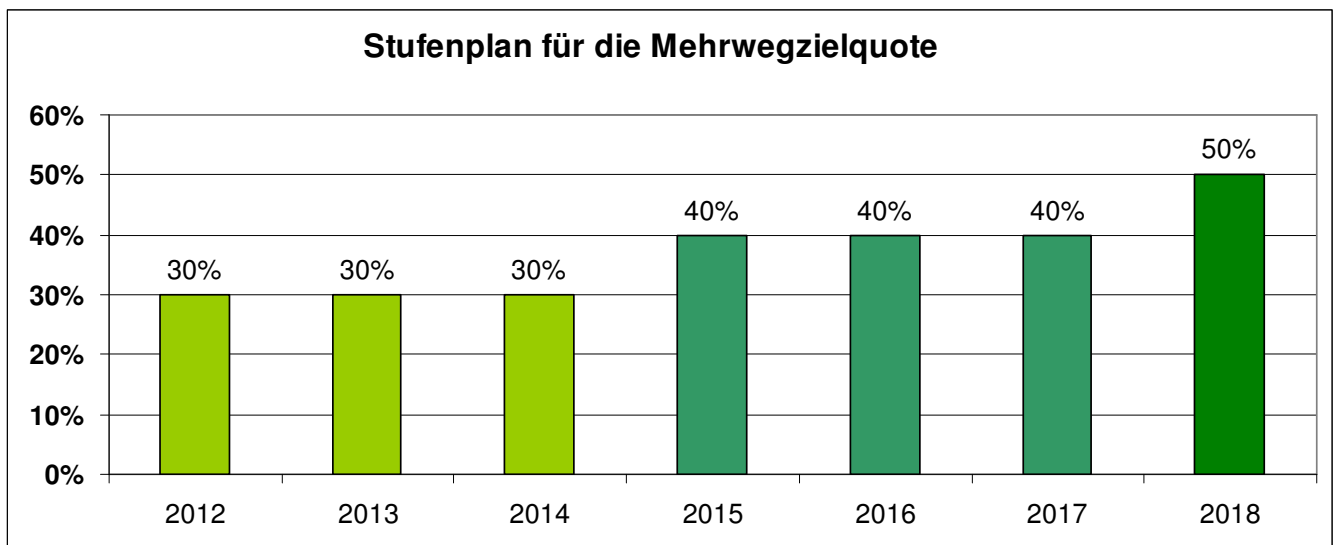


Abbildung 2: Stufenplan für die Umsetzung des Ökobonus-Modells beginnend mit dem Kalenderjahr 2012

Wenn das Unternehmen diese Zielquote unterschreitet, muss ein Malus entrichtet werden. Wenn das Unternehmen diese Zielquote exakt erreicht oder überschreitet, sind jedenfalls keine Zahlungen zu entrichten. Um in den Genuss der Auszahlung eines Ökobonus zu kommen, muss diese Mehrweg-Zielquote auf Unternehmensebene überschritten werden.

Die Berechnung des zu entrichtenden Malus (bei Unterschreiten der Mehrweg-Zielquote) berücksichtigt einerseits die jeweiligen Anteile von Einwegverpackungen und Mehrwegverpackungen sowie andererseits die geltende Zielquote. Der errechnete Wert wird dann mit 0,2 € pro Gebinde multipliziert.

Die abzuführenden Malus-Zahlungen werden einem "gemeinsamen Topf" zugeführt, aus dem auch die Bonus-Zahlungen für das Überschreiten der Zielquote ausbezahlt werden. Um die Aufkommensneutralität des Gesamtsystems zu gewährleisten wird der Ökobonus nur bei Überschreiten der Zielquote aus den im Bemessungszeitraum insgesamt eingenommenen Mitteln (abzüglich Verwaltungsaufwendungen) ausbezahlt.

4.3.3 Funktionsweise des Ökobonus-Modells aus Sicht des Unternehmens

a) Bei Unterschreiten der Mehrweg-Zielquote:

die Berechnung der Malus-Zahlung ist wie folgt vorzunehmen:

Bei der Mehrweg-Zielquote von 30% (in den Jahren 2012 bis 2014):

- 1.Schritt: Anzahl der im Bemessungszeitraum verkauften Einweggebinde minus Anzahl der verkauften Mehrweggebinde mal Faktor zweieindrittel
- 2.Schritt: Ergebnis Schritte 1 mal 0,2 € = abzuführender Malus

Bei der Mehrweg-Zielquote von 40% (in den Jahren 2015 bis 2017):

- 1.Schritt: Anzahl der im Bemessungszeitraum verkauften Einweggebinde minus Anzahl der verkauften Mehrweggebinde mal Faktor eineinhalb
- 2.Schritt: Ergebnis Schritte 1 mal 0,2 € = abzuführender Malus

Bei der Mehrweg-Zielquote von 50% (ab 2018):

- 1.Schritt: Anzahl der im Bemessungszeitraum verkauften Einweggebinde minus Anzahl der verkauften Mehrweggebinde
- 2.Schritt: Ergebnis Schritte 1 mal 0,2 € = abzuführender Malus

Der jeweilige Faktor ergibt sich aus dem Verhältnis Einweg- zu Mehrweganteil der aktuellen Mehrweg-Zielquote (70/30 bzw. 60/40).

Auf diese Weise können die Unternehmen die Höhe der zu erwartenden Malus-Zahlungen exakt berechnen und ihre Entscheidungen zum Setzen von Maßnahmen auch nach unternehmerischen Kriterien treffen.

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

Berechnungsbeispiel für die Malus-Zahlung bei der Mehrweg-Zielquote von 30%:

Verkaufte Stückzahl: 100.000, davon

- Mehrweg: 25.000 Stück
- Einweg: 75.000 Stück

Damit ist die erreichte Unternehmens-Mehrwegquote 25 Prozent und die zu entrichtende Malus-Zahlung 3.333 € $[(75.000 - 25.000 \times 2,33) \times 0,2 \text{ €}]$, das ergibt einen Malus pro Einweggebinde von 0,04 € für dieses Unternehmen.

b) Bei Erreichen der Mehrweg-Zielquote:

Falls das Unternehmen im Bemessungszeitraum die Mehrweg-Zielquote exakt erreicht, ist weder eine Malus-Zahlung fällig noch besteht ein Bonusanspruch (kein Zahlungsfluss).

c) Bei Überschreiten der Mehrweg-Zielquote:

Nach dem Bemessungszeitraum wird den Unternehmen für die über der Zielquote hinausgehend in Verkehr gesetzten Mehrweg-Getränkeverpackungen ein Ökobonus ausbezahlt. Die Höhe des Ökobonus je Mehrweggebinde ist variabel und ergibt sich aus der Summe aller Malus-Zahlungen abzüglich eines Verwaltungsaufwandes dividiert durch die Anzahl der anspruchsberechtigten Mehrweggebinde, ist jedoch mit € 0,30 gedeckelt. Für ein einzelnes Unternehmen steigt die Einnahme aus dem Ökobonus mit der Anzahl der verkauften Mehrweggebinde, die über der jeweils aktuellen Zielquote liegt.

Beispiele:

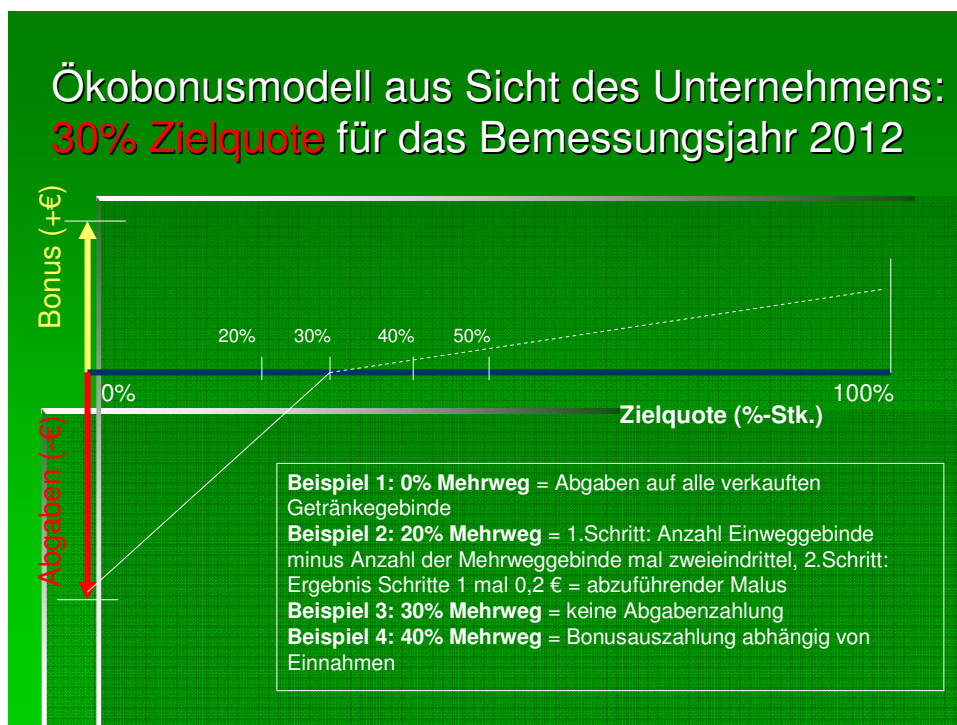


Abbildung 3: Ökobonus-Modell aus Sicht des Unternehmens: 30% Zielquote für das Bemessungsjahr 2012

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

Ökobonusmodell aus Sicht des Unternehmens: 40% Zielquote für das Bemessungsjahr 2015

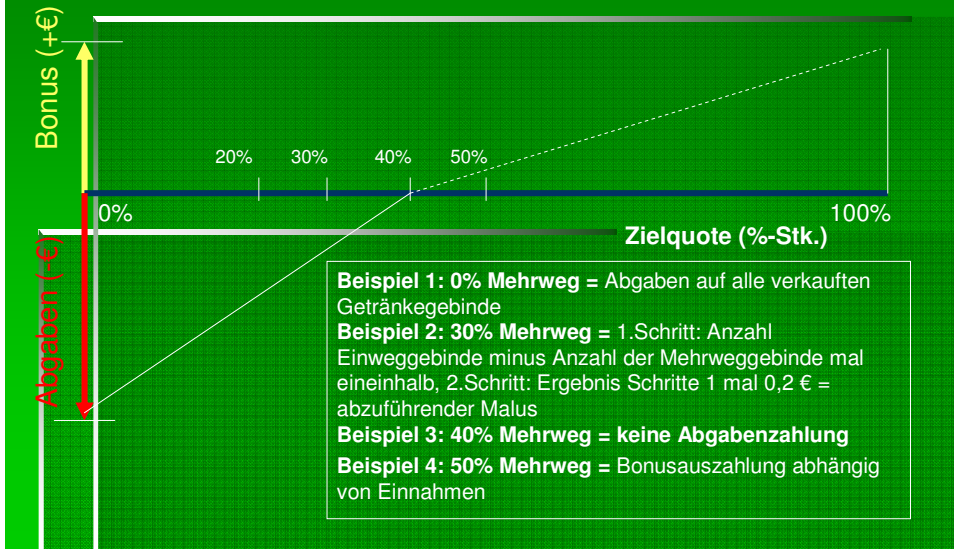


Abbildung 4: Ökobonus-Modell aus Sicht des Unternehmens: 40% Zielquote für das Bemessungsjahr 2015

Ökobonusmodell aus Sicht des Unternehmens: 50% Zielquote für das Bemessungsjahr 2018

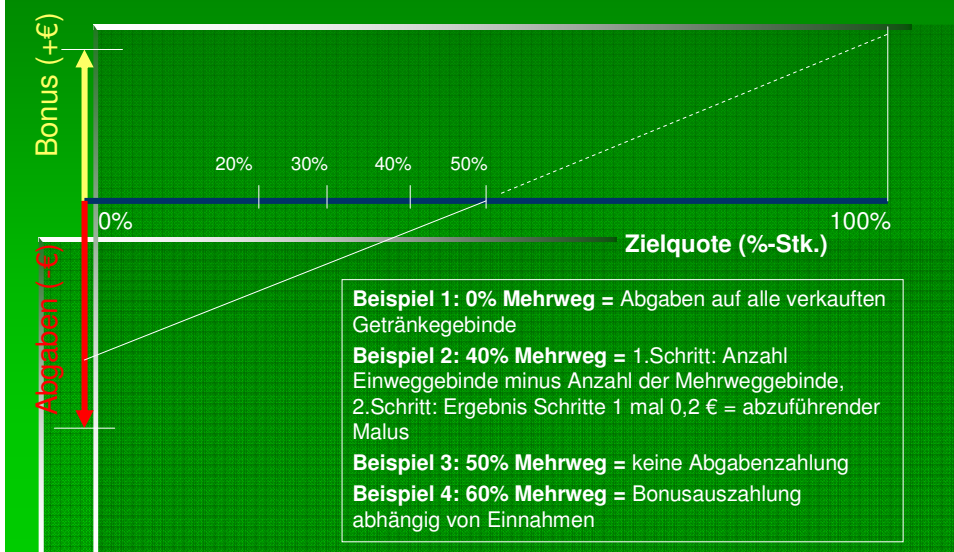


Abbildung 5: Ökobonus-Modell aus Sicht des Unternehmens: 50% Zielquote für das Bemessungsjahr 2018

4.3.4 Funktionsweise aus volkswirtschaftlicher Sicht

Um die Aufkommensneutralität des Gesamtsystems zu gewährleisten und eine Unterdeckung auszuschließen wird der Ökobonus pro Mehrweggebinde variabel aus den im Bemessungszeitraum insgesamt eingenommenen Mitteln (abzüglich Verwaltungsaufwendungen) ausbezahlt.

Dies wird auch durch folgende Darstellung verdeutlicht:

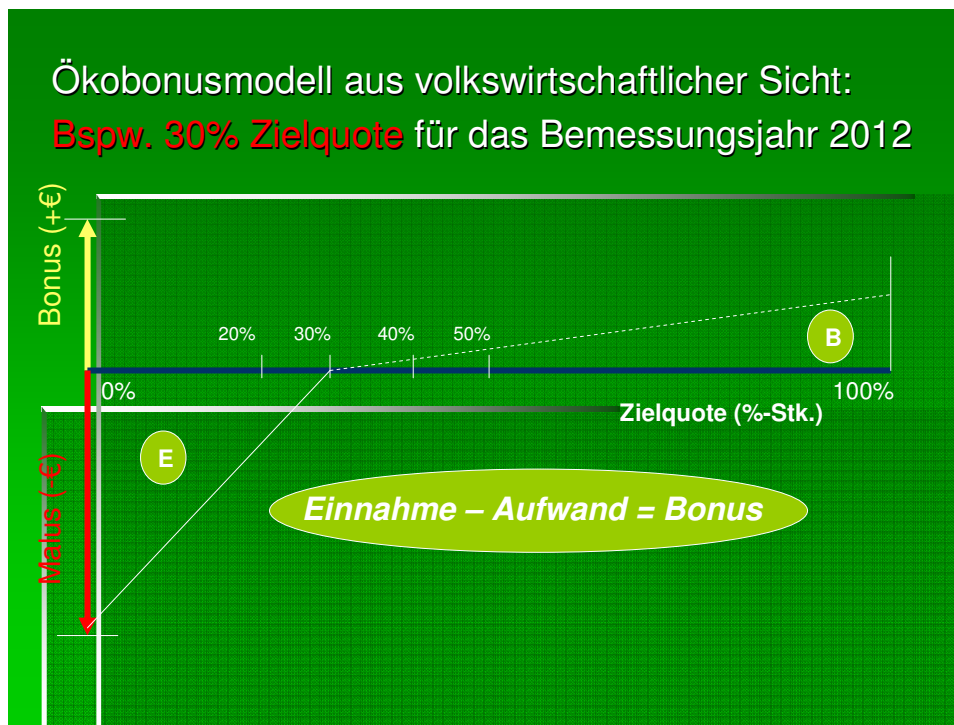


Abbildung 6: Ökobonus-Modell aus volkswirtschaftlicher Sicht: bspw. 30% Zielquote für das Bemessungsjahr 2012

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

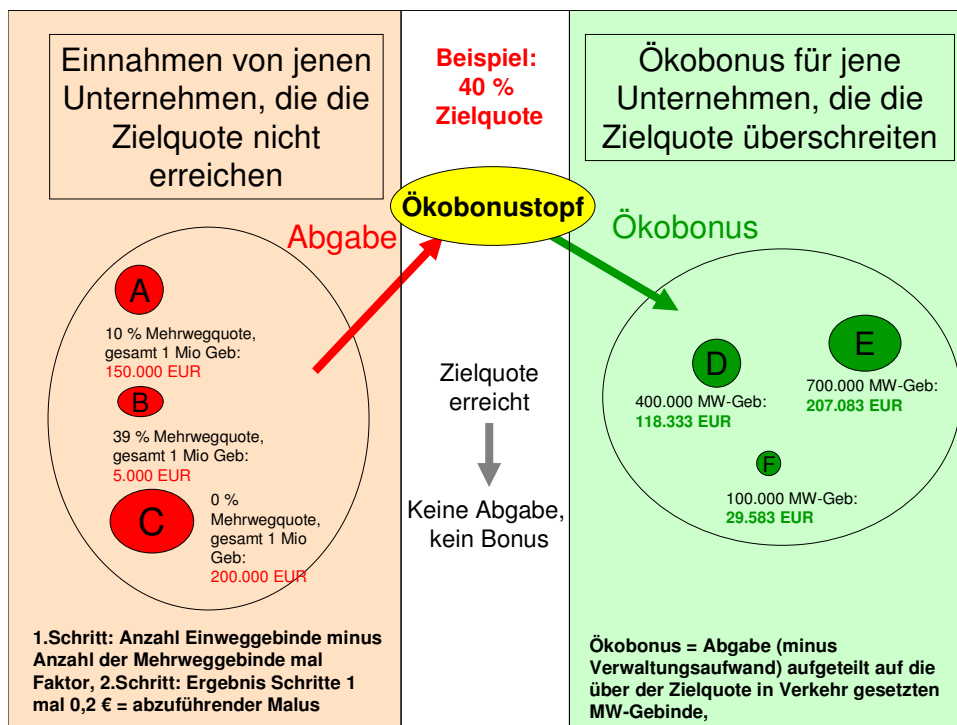


Abbildung 7: Auswirkung der Umsetzung des Ökobonus-Modells aus volkswirtschaftlicher Sicht (Beispiel 40% Zielquote).

4.3.5 Informationspflicht für Mehrweg-Getränkeverpackungen

Mehrweg-Getränkeverpackungen sind oftmals für den Konsumenten nur schwer als solche erkennbar. Die gesetzliche Verankerung einer Informations- bzw. Kennzeichnungspflicht soll dies ändern. Entweder ist jede Mehrweg-Getränkeverpackung entsprechend zu kennzeichnen oder es hat zumindest eine Kennzeichnung am Regal zu erfolgen (Mehrweglogo oder etwas Gleichartiges). Im Sinne der Wahlfreiheit ist jedenfalls zu gewährleisten, dass der Konsument leicht zwischen Einweg- und Mehrwegverpackungen unterscheiden kann. Damit soll umweltbewusstes Kaufverhalten unterstützt werden.

4.4 Fragen und Antworten zum Ökobonus-Modell

Was sind Mehrweg-Getränkeverpackungen?

Mehrweg-Getränkeverpackungen sind bepfandete und zur Wiederbefüllung bestimmte Getränkeverpackungen. Diese Definition entspricht der Verpackungsverordnung.

Welche Ziele werden mit dem Ökobonus-Modell erreicht?

Mit dem Ökobonus-Modell werden

- die bestehenden Mehrweg-Verpackungssysteme für Getränke aufgrund ihrer positiven Auswirkungen auf Abfallvermeidung, Umwelt- und Klimaschutz und Ressourcenschonung gesichert und optimiert,

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

- insbesondere die Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme der regionalen Getränkehersteller und -abfüller (klein- und mittelständische Betriebe) gefördert. Damit können die regionale Produktvielfalt erhalten bzw. ausgebaut und Arbeitsplätze gesichert werden,
- die Interessen der KonsumentInnen geschützt, da nur ein qualitativ und quantitativ ausreichendes Angebot an Getränken in Mehrwegverpackungen die Wahlfreiheit gewährleistet und umweltbewusstes Handeln ermöglicht,
- das Littering Problem durch Einweg-Getränkeverpackungen und die damit verbundenen Kosten erheblich reduziert.

Welche Getränke werden vom Ökobonus-Modell umfasst?

Vom Ökobonus-Modell sind die **Primärverpackungen** der **Getränkeregionen Wasser, Bier, AfG (Limonaden), Säfte, Wein und Sekt/Spirituosen** umfasst, sofern diese **nicht** im Fass/Container/Tank über 5 Liter Füllvolumen abgefüllt werden. Nicht umfasst sind Postmix-Getränke, Sirupe, Konzentrate sowie Milch bzw. Milchgetränke.

Wer ist wie vom Ökobonus-Modell betroffen?

Das Ökobonus-Modell setzt auf Ebene des **Letztvertriebers** an. Das ist die Handelsstufe, die **auch** an Letztverbraucher verkauft; z.B. Lebensmitteleinzelhandel, aber auch Betriebe für Wiederverkäufer wie Cash-and-Carry-Großhandel (Metro usw.), die sowohl an Letztverbraucher als auch an andere Vertriebsstufen abgeben. Dabei hat der Letztvertrieber eine Zielquote für Mehrweg-Getränkeverpackungen zu erreichen.

- **Bei Unterschreiten der Mehrweg-Zielquote:**
Für Einweggebinde ist eine Malus-Zahlung zu entrichten, die aus der Anzahl der im Bemessungszeitraum in Verkehr gesetzten Einweggebinde abzüglich der mit einem Faktor multiplizierten Anzahl der in Verkehr gesetzten Mehrweggebinde berechnet wird.
- **Bei Erreichen der Mehrweg-Zielquote:**
Falls das Unternehmen im Bemessungszeitraum die Mehrweg-Zielquote exakt erreicht, entsteht kein Zahlungsfluss.
- **Bei Überschreiten der Mehrweg-Zielquote:**
Nach dem Bemessungszeitraum wird den Unternehmen für die über die Zielquote hinausgehend in Verkehr gesetzten Mehrweg-Getränkeverpackungen ein Ökobonus (aus dem „gemeinsamen Topf“ aller Malus-Zahlungen) ausbezahlt.

Nach welchen Kriterien werden die österreichweiten Mehrweg-Zielquoten (30%, 40% und 50%) festgelegt?

Bei der Festlegung der Unternehmensmehrweg-Zielquoten für das Ökobonus-Modell wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- Entwicklung und aktuelle Quote der Mehrweg- und Einweggetränkeverpackungen in Österreich
- Ausgangszustand der österreichischen Unternehmen betreffend Einweg/Mehrweg-Absatz
- Analyse der Möglichkeiten zur Steigerung des Mehrweganteils hinsichtlich ihrer zeitlichen Umsetzbarkeit („Reaktionsfähigkeit des Marktes“)
- Anreize für Unternehmen, die rasch reagieren („First Mover“)
- Erzielbare ökologische Lenkungswirkung

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

- Sicherstellung einer „echten Wahlfreiheit“ für KonsumentInnen
- Erfahrungen mit ähnlichen Modellen aus anderen Ländern (z.B. Norwegen)

Widerspricht das Ökobonus-Modell den Zielen der Nachhaltigkeitsagenda der österreichischen Getränkewirtschaft oder macht sie diese obsolet?

Das Ökobonus-Modell unterstützt das Erreichen der Klimaschutzziele der Nachhaltigkeitsagenda. So werden Einsparungen von CO₂ äquivalenten Emissionen durch die Verwendung von Mehrweg-Getränkeverpackungen bei Überschreiten der Mehrweg-Zielquote sogar finanziell belohnt und somit direkte Maßnahmen im Verpackungsbereich gefördert. Darüber hinausreichende Klimaschutzmaßnahmen der Nachhaltigkeitsagenda wie der Umstieg auf erneuerbare Energieträger, die Optimierung der Transportlogistik und von Kühlsystemen werden begrüßt und sollen von der Getränkewirtschaft unbenommen der Umsetzung des Ökobonus-Modells realisiert werden.

Wer profitiert vom Ökobonus-Modell?

Letztvertreiber:

- Finanzieller Vorteil für jene Unternehmen, die bereits jetzt die geforderte Mehrweg-Zielquote erreichen und
- für jene Unternehmen, die am schnellsten reagieren und die Zielquote überschreiten

Steuerzahler/Volkswirtschaft:

- Kein Risiko zur Unterdeckung des Systems
- Keine Massensteuer sondern eine Lenkungsabgabe auf Unternehmensebene
- Kein Kaufkraftverlust da aufkommensneutral

Regionale Getränkeabfüller:

- Steigerung der Nachfrage nach Getränken in Mehrweggebinden (diese werden traditionell bzw. auch aus betriebswirtschaftlichen Gründen vielfach von regionalen Abfüllern angeboten)
- Verbesserung der KundInnenbindung

Konsumenten:

- Für KonsumentInnen wird die Wahlfreiheit wiederhergestellt
- „Belohnung“ für umweltbewussten Einkauf
- Sicherheit für die KonsumentInnen, dass sie tatsächlich Mehrwegverpackungen erhalten, die wiederbefüllt werden durch Kennzeichnungsverpflichtung

Führt das Ökobonus-Modell zu einem Kaufkraftverlust?

Das Ökobonus-Modell führt zu **keinem** Kaufkraftverlust, da die bei Unternehmen (welche die Mehrweg-Zielquote nicht erreichen) eingehobenen Malus-Zahlungen an die Unternehmen (die die Mehrweg-Zielquote überschreiten) als Ökobonus ausbezahlt werden.

Welche (Verwaltungs-)Aufgaben müssen beim Ökobonus-Modell erfüllt werden?

- Datenerhebung und -meldung: Verpflichtete sind die Letztvertreiber
- Berechnung der Unternehmensmehrwegquote -> Ermittlung der Malus-Zahlung oder des Ökobonus pro Unternehmen
- Vorschreibung und Einhebung bzw. Auszahlung von Malus-Zahlung und Ökobonus

Ist der Malus bzw. der Ökobonus auf dem Produkt, Kassenbon oder sonst wo auszuweisen?

Nein. Weder Malus noch Bonus darf auf der Produkt- oder Transportverpackung, am Verkaufsregal, oder Kassenbon, etc. ausgewiesen werden.

Einerseits kann das jeweilige Unternehmen im Vorhinein die Höhe einer fälligen Malus-Zahlung oder einer Ökobonus-Vergütung nicht exakt auf das einzelne Gebinde umlegen, da die Höhe der Malus-Zahlung von der im Bemessungszeitraum erreichten Unternehmens-Mehrwegquote abhängt und der Ökobonus in Abhängigkeit der Gesamteinnahmen des Systems erst im Nachhinein bestimmt wird. Andererseits ist es wie bei der Regelung über Elektroaltgeräte auch hier gewünscht, dass der jeweilige Marktteilnehmer allfällige Kosten oder Vergütungen in die Gestaltung der Produktpreise einfließen lässt. Darüber hinaus gibt es in Österreich die Verpflichtung zur Brutto-Preisauszeichnung gegenüber dem Konsumenten, damit die unmittelbare Vergleichbarkeit der Produktpreise (in diesem Fall Getränkepreise) gegeben ist.

Wie kann der Konsument erkennen, ob es sich um eine Mehrweg-Getränkeverpackung handelt?

Jede Mehrweg-Getränkeverpackung ist verpflichtend zumindest am Regal mit dem Mehrweglogo oder etwas Gleichartigem so zu kennzeichnen, dass die Verpackung für KonsumentInnen leicht als Mehrwegverpackung erkennbar ist. Eine ausreichende Kennzeichnung sollte aber auch aus Eigeninteresse des Handels erfolgen, um die Erreichung der Zielquote entsprechend zu gewährleisten.

Kann es im Ökobonus-Modell Branchenlösungen oder Pauschalierungen geben?

Um auf branchenspezifische Besonderheiten Rücksicht nehmen zu können und den Verwaltungsaufwand möglichst gering zu halten sind Branchenlösungen oder Pauschalierungen für Kleinstabgeber möglich.

Wird es bei Einführung des Ökobonus-Modells Übergangsfristen geben?

Um eine reibungslose Umsetzung des Modells sowohl im Handel als auch bei Abfüllern gewährleisten zu können ist eine Übergangsfrist von einem Jahr vorgesehen. In dieser Zeit können die notwendigen Vorbereitungen getroffen werden.

Wie wird die Finanzierung des Ökobonus sichergestellt?

Durch eine variable Festlegung des Ökobonus wird sichergestellt, dass die Summe der Einnahmen zur Finanzierung ausreicht.

5 Erwartete Wirkungen und Auswirkungen

Mit der vorgeschlagenen Regelung wird ein effektiver und effizienter Beitrag zur Sicherung und Steigerung des Anteils an Mehrweg-Getränkeverpackungen geleistet. Damit soll der ungebremste Einwegtrend gestoppt und umgekehrt werden. Diese Trendumkehr kann nach den Erfahrungen der Vergangenheit nur mit konkreten und auch sanktionierbaren Zielen erreicht werden.

Es ist kein Ziel der vorgeschlagenen Regelung zu einer Mehrwegquote von 100 % zu gelangen und Einweg-Getränkeverpackungen vollständig vom Markt zu verdrängen. Das Ökobonus-Modell soll den KonsumentInnen jedoch wieder eine derzeit nicht mehr vorhandene Wahlfreiheit zwischen Einweg und Mehrweg bei Getränkeverpackungen ermöglichen.

Ausgehend von einer Analyse der Entwicklungen in den letzten Jahren und den typischen Vertriebsformen von Getränken ist die wesentliche Bedeutung der Großformen des Lebensmitteleinzelhandels rasch erkennbar. So hat sich auch bei der erheblichen Reduktion der Mehrwegquote innerhalb kurzer Zeit (siehe Entwicklung der letzten Jahre) die Schlüsselrolle des Lebensmitteleinzelhandels deutlich gezeigt.

Die Getränkeproduzenten und Getränkeabfüller spielen am österreichischen Markt bei der Entscheidung, ob eine Einweg- oder Mehrwegverpackung verwendet wird, eine untergeordnete Rolle. Daher wurde der beschriebene Modellansatz auch so gewählt, dass die Verpflichtung zur Erreichung einer bestimmten Mehrwegquote beim Letztvertreiber, das heißt beim Handel liegt und hier beim Unternehmen und nicht bei der einzelnen Filiale. Zusammenfassend kommt somit den Großformen des Lebensmitteleinzelhandels in Österreich eine zentrale Rolle bei der Umsetzung des Ökobonus-Modells zu.

Dies wird auch aus der folgenden Darstellung der jeweiligen Marktanteile ersichtlich.

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel in Österreich:

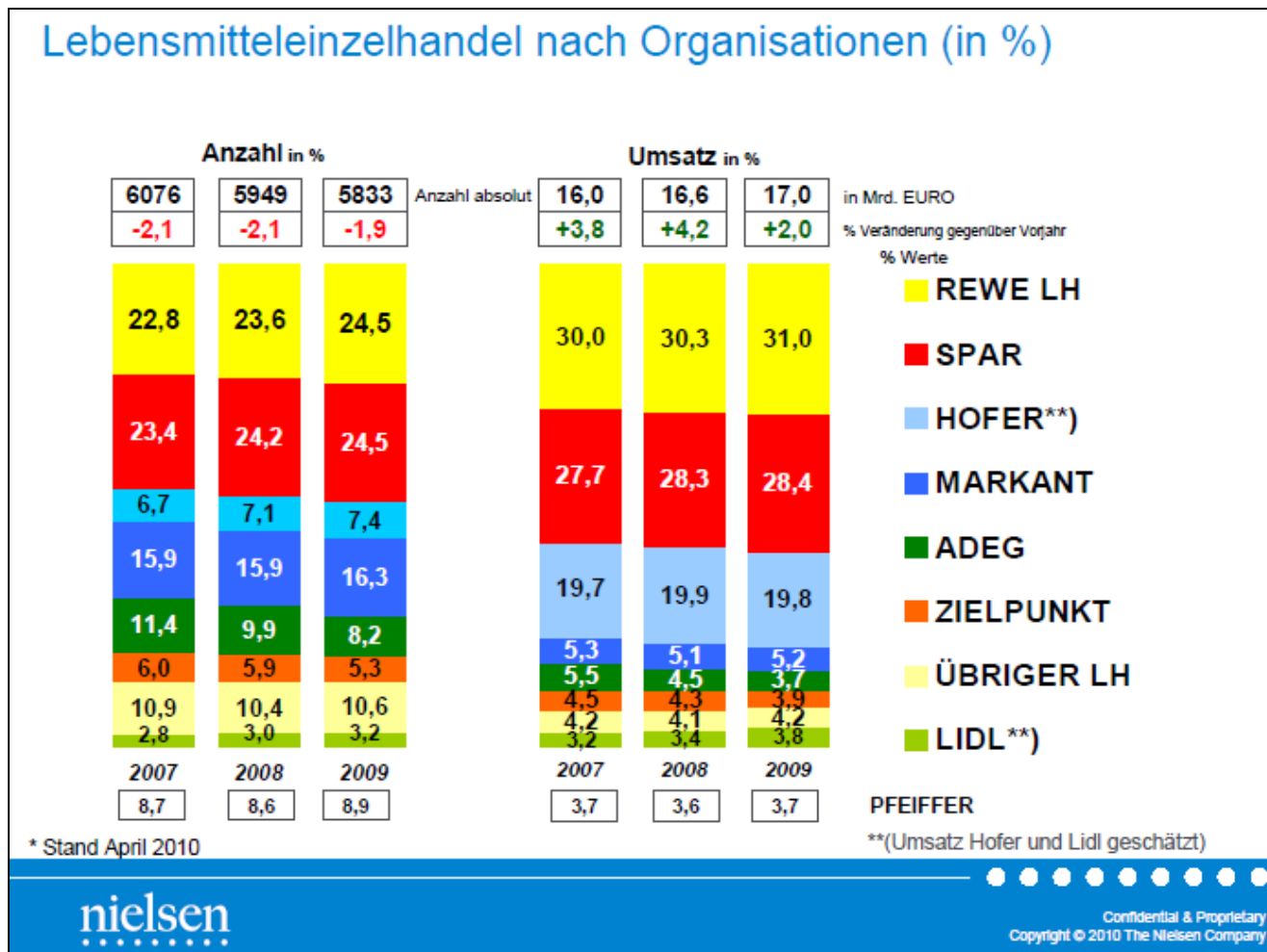


Abbildung 8: Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel in Österreich (Stand April 2010)

Diese Darstellung zeigt die Anzahl der Lebensmitteleinzelhandels-Verkaufsstellen und die Umsätze mit Stand April 2010. Damit wird deutlich, dass in Österreich drei Großunternehmen mit rd. 80% Marktanteil gerade auch in Bezug auf Getränke großen Einfluss auf das Anbot für den Konsumenten haben.

Verteilung der Mehrweg- und Einweggebinde im Lebensmitteleinzelhandel (in Stück) und Möglichkeiten für Veränderungen:

Die Aufteilung auf Einweg- und Mehrwegverpackungen ist bei den einzelnen Unternehmen sehr unterschiedlich. Je nach Ausgangssituation sind somit auch unterschiedliche Intensitäten in den Bemühungen zur Erreichung des vorgegebenen Zieles erforderlich. Dabei lässt sich aus den folgenden Daten auch erkennen, dass der Spielraum für die jeweiligen Unternehmen, in welchen Bereichen, d.h. bei welchen Produktsegmenten Maßnahmen gesetzt werden können, sehr groß ist und somit auch genügend Freiraum besteht, die betriebswirtschaftlich effizientesten Maßnahmen umzusetzen.

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

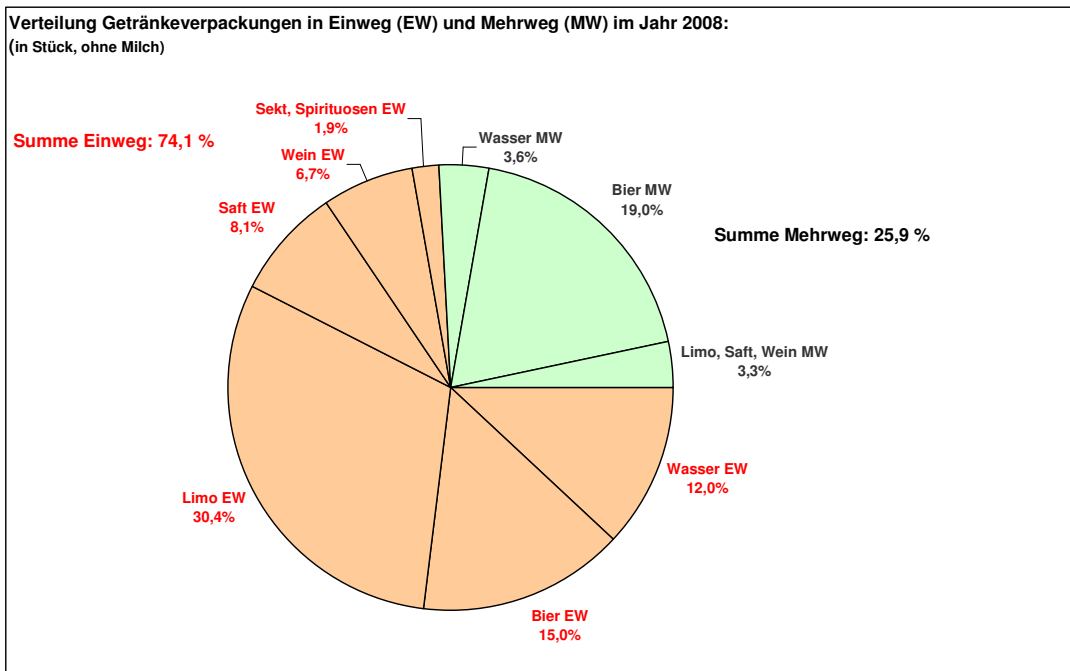


Abbildung 9: Verteilung Getränkeverpackungen in Einweg und Mehrweg im Jahr 2008 (in Stück, ohne Milch)

Im Ökobonus-Modell wurde bewusst darauf verzichtet, spezifische Ziele je nach Getränkeart zu formulieren, um diesen Gestaltungsspielraum des Letztvertriebers so groß wie möglich zu halten.

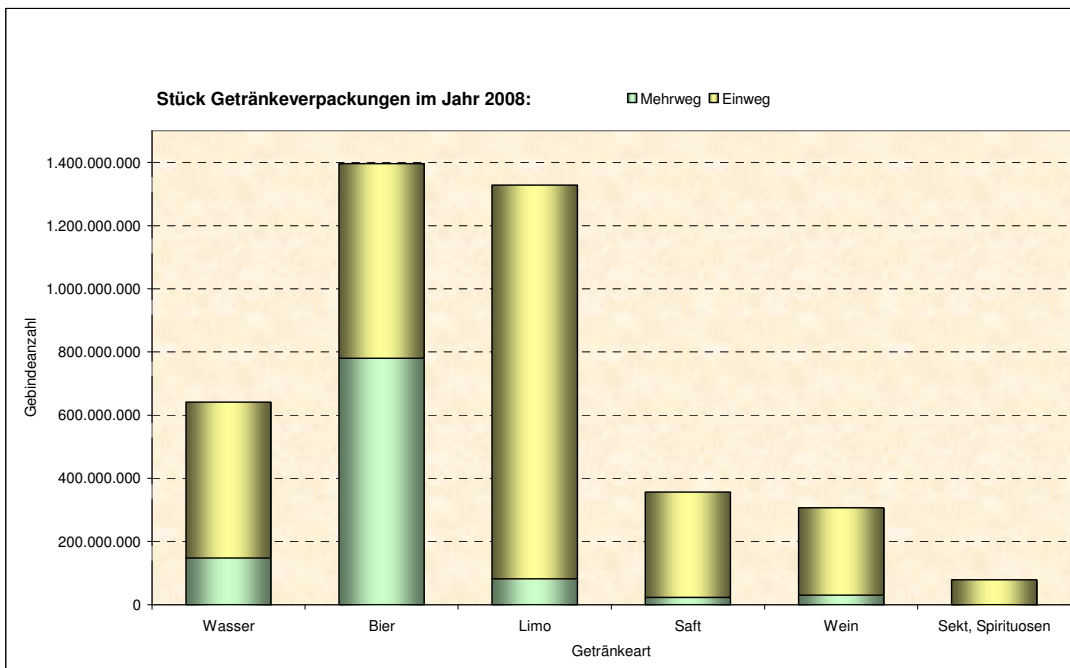


Abbildung 10: Verteilung Getränkeverpackungen in Einweg und Mehrweg im Jahr 2008 (in Stück, ohne Milch) pro Getränkeart

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

Es ist davon auszugehen, dass die Kompetenz und Gestaltungskraft der Letztvertreiber auch in der Lage ist, durch beispielsweise eine entsprechende Produkt-Präsentation die Nachfrage bzw. das Kaufverhalten der KonsumentInnen mit zu beeinflussen. Im Regelfall ist davon auszugehen, dass die Produktentscheidung des Konsumenten/der Konsumentin nicht nach dem Kriterium Einweg- oder Mehrwegverpackung gefällt wird, sondern nach den Merkmalen des Produktes selbst und dem Preis. Dies lässt den Letztvertreibern auch den nötigen Spielraum um, ohne übergebührlige Anstrengungen unternehmen zu müssen, das vorgegebene Ziel erreichen zu können.

Darüber hinaus ist es durchaus im Bereich des Erwartbaren, dass sich aus folgender Gegebenheit eine rasche Dynamik zur Zielerreichung entwickelt: die einzelnen Unternehmen der Großformen des Lebensmitteleinzelhandels haben zurzeit sehr unterschiedliche Mehrwegquoten vorzuweisen. Mit dem vorgeschlagenen Modell der unternehmensbezogenen Mehrwegquote werden die Bemühungen derjenigen, die nicht nur auf Einwegverpackungen setzen auch betriebswirtschaftlich belohnt. So ist es für manche Großformen des Lebensmitteleinzelhandels relativ leicht möglich, die vorgegebenen Ziele zu erreichen und somit mit Sicherheit ausschließen zu können, dass eine Zahlung in den "Ökobonus-Topf" erfolgen muss. Dies könnte durchaus auch als Unterscheidungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil gegenüber beispielsweise den Diskontern im Lebensmitteleinzelhandel gesehen werden.

Die Arbeitsgruppe ist davon überzeugt, dass die Ziele so festgelegt sind, dass sie für die meisten Marktteilnehmer durch das Setzen geeigneter Maßnahmen relativ einfach erreicht werden können. Letztendlich ist der durch die Ziele angestrebte Zustand kein anderer, als er vor wenigen Jahren Realität war.

Die angemessene Übergangsfrist soll es einerseits den Letztvertreibern ermöglichen, in Ruhe die geeigneten Maßnahmen auszusuchen und vorzubereiten und andererseits den Getränkeabfüllern die Möglichkeit geben, auf das den Maßnahmen angepasste Nachfrageverhalten, insbesondere des Lebensmitteleinzelhandels zu reagieren.

6 Gesetzestext (Entwurf der Arbeitsgruppe „Mehrweg“)

Entwurf der Arbeitsgruppe „Mehrweg“

Gesetz zur Förderung des Mehrweganteils von Getränkeverpackungen

Ziel

§ 1. Ziel dieses Gesetzes ist der Erhalt, die Stabilisierung und der Ausbau an wiederbefüllbaren Getränkegebinden zur Förderung der Abfallvermeidung und zur Ressourcenschonung. Weiters soll eine verstärkte Abfüllung in Mehrweggebinden die CO₂-Emissionen bei der Herstellung der Gebinde, der Abfüllung der Getränke und deren Transport verringern. Durch eine vermehrte Rückgabe an die Letztverreiber soll weiters eine Verschmutzung der Umwelt durch Littering weitgehend vermieden werden.

Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist oder sind

1. „Letztverreiber“, wer Getränke an einen Letztverbraucher abgibt. Als Letztverreiber im Sinne des Abs. 1 gilt auch ein Händler, der Getränke teilweise an Letztverbraucher und teilweise an Weiterverkäufer abgibt.
2. „Mehrweggebinde“, Gebinde, die nachweislich bepfandet und für eine Wiederverwendung bestimmt sind.
3. „Transportverpackungen“ Verpackungen wie Fässer, Kanister, Kisten, Säcke, Paletten, Schachteln, geschäumte Schalen, Schrumpffolien oder ähnliche Umhüllungen sowie Bestandteile von Transportverpackungen, die dazu dienen, Waren oder Güter entweder vom Hersteller bis zum Verreiber oder auf dem Weg über den Verreiber bis zur Abgabe an den Letztverbraucher vor Schäden zu bewahren, oder die aus Gründen der Sicherheit des Transports verwendet werden.
4. „Verkaufsverpackungen“ Verpackungen wie Becher, Beutel, Blister, Dosen, Eimer, Fässer, Flaschen, Kanister, Säcke, Schachteln, Schalen, Tragetaschen, Tuben oder ähnliche Umhüllungen und Bestandteile von Verkaufsverpackungen, die vom Letztverbraucher oder einem Dritten in dessen Auftrag bis zum Verbrauch oder bis zum Gebrauch der Waren oder Güter, insbesondere als Träger von Gebrauchs- oder gesetzlich vorgeschriebenen Produktinformationen, verwendet werden. Erfüllt eine Verpackung sowohl die Aufgaben einer Verkaufs- als auch die einer Transportverpackung, gilt sie als Verkaufsverpackung.

Beitragsschuldner

§ 3. Letztverreiber haben bei Abgabe von Getränken gemäß § 4 Abs. 2 je Einweggebinde eine Abgabe in der gemäß § 4 Abs. 1 errechneten Höhe spätestens 4 Wochen nach Ablauf des jeweiligen Kalenderjahrs an das jeweils zuständige Finanzamt oder eine vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft festgelegte Institution abzuführen.

Berechnung der Einwegabgabe

§ 4. (1) Die Abgabe eines Letztverreibers berechnet sich für die jeweils genannten Zeiträume nach folgender Formel:

1. Für die Jahre 2012 bis 2014: Der Faktor x errechnet sich aus den im Kalenderjahr in Verkehr gesetzten Einweggebinden minus den mit 2 1/3 multiplizierten in Verkehr gesetzten Mehrweggebinden.
2. Für die Jahre 2015 bis 2017: Der Faktor x errechnet sich aus den im Kalenderjahr in Verkehr gesetzten Einweggebinden minus den mit 1,5 multiplizierten in Verkehr gesetzten Mehrweggebinden
3. Ab dem Jahr 2018: Der Faktor x errechnet sich aus den im Kalenderjahr in Verkehr gesetzten Einweggebinden minus den in Verkehr gesetzten Mehrweggebinden.

Der jeweils errechnete Faktor x ist mit 0,2 zu multiplizieren. Die daraus jeweils resultierende Zahl ergibt den im Kalenderjahr abzuführenden Betrag in € für den jeweiligen Letztverreiber.

(2) Für die Verkaufsverpackungen folgender Getränke besteht die Pflicht zur Einbeziehung in die Berechnung der Abgabe:

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

(3) Ausgenommen von der Berechnung sind die Transportverpackungen der in Abs. 2 genannten Getränke sowie Gebinde mit mehr als 5l Volumen.

(4) Die Pflicht zur Abführung der Abgabe gemäß § 3 besteht nicht, wenn ein Letztvertreiber eine Mehrwegquote in der Höhe von mindestens 30% aller im Kalenderjahr in Verkehr gesetzten Verkaufsverpackungen erreicht. Diese Mehrwegquote erhöht sich ab 1. Jänner 2015 auf 40% und ab 1. Jänner 2018 auf 50%.

(5) Die Pflicht zur Abführung der Abgabe gemäß § 3 besteht nicht, wenn der abzuführende Betrag unter € 500,- liegt.

Zweckbindung

§ 5. Die gemäß § 3 eingehobenen Beträge dienen abzüglich eines Verwaltungsaufwandes von 10% der Gesamtsumme ausschließlich der Förderung von Mehrweggebinden und anderen Abfallvermeidungsmaßnahmen.

Anspruch auf Mehrwegförderung

§ 6. Letztvertreiber haben einen Anspruch auf Mehrwegförderung für die in Verkehr gesetzten und dem zuständigen Finanzamt oder eine vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft festgelegte Institution gemeldeten Mehrweggebinde unter den in § 7 genannten Bedingungen und Höhe.

Berechnung der Mehrwegförderung

§ 7. (1) Das Recht auf Auszahlung einer Förderung gemäß § 6 besteht nur für jenen Anteil an Mehrweg-Getränkeverpackungen, der über der gem. § 4 Abs 4 jeweils geltenden Mehrwegquote liegt, und nur wenn ein Letztvertreiber insgesamt die jeweils geltenden Mehrwegquote gem. § 4 Abs 4 erreicht.

(2) Die Höhe der Mehrwegförderung pro Gebinde errechnet sich nach folgender Formel:

Die Summe der in einem Kalenderjahr gemäß § 3 eingehobenen Beträge minus 10% dividiert durch die Anzahl aller im selben Kalenderjahr von Anspruchsberechtigten gemäß Abs. 1 in Verkehr gesetzten Mehrweggebinde für die in § 4 Abs 2 genannten Getränkearten, wobei pro Mehrweggebinde maximal € 0,30 eingesetzt werden können.

Die daraus resultierende Zahl ergibt den Betrag in € pro Mehrweggebinde eines Anspruchsberechtigten.

Information der Letztverbraucher

§ 8. Letztvertreiber haben die Letztverbraucher in geeigneter Weise darüber zu informieren, ob die jeweils in Verkehr gesetzten Verkaufsverpackungen Einweg- oder Mehrwegverpackungen sind.

Strafbestimmung

§ 9. Wer entgegen der Pflicht gemäß § 3 die Abgabe nicht rechtzeitig abführt

Vollziehung

§ 10. Die Vollziehung dieses Bundesgesetzes obliegt hinsichtlich § 3, 5 und 9 dem Bundesminister für Finanzen und hinsichtlich der anderen Bestimmungen dem Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft.

Inkrafttreten

§ 11. Dieses Bundesgesetz tritt mit 1. Jänner 2012 in Kraft.

Erläuterungen

Zu § 2 Z 1: Die Einhebung der Abgabe soll auf der Handelsstufe erfolgen, die auch an Letztverbraucher abgibt. Das ist neben den Handelsketten auch der Cash-and-Carry-Großhandel (Metro usw.).

Zu § 2 Z 2: Diese Definition entspricht der Definition der Verpackungsverordnung. Auszugehen ist von einem bepfandeten Gebinde, das aus technischer Sicht zumindest für mehrere Umläufe konstruiert ist und im Schnitt zumindest 12 mal tatsächlich wiederbefüllt wird.

Von § 4 Abs. 2 nicht umfasst sein sollen Milch und flüssige Milchprodukte sowie Postmix-Getränke.

7 Stellungnahmen der Sozialpartner

Die Reihung erfolgt nach dem Eintreffen der Stellungnahmen

7.1 Stellungnahme der Bundesarbeitskammer vom 14. Oktober 2010

Die Bundesarbeitskammer (BAK) nimmt zu dem im Betreff genannten Endbericht wie folgt Stellung:

Zusammenfassung

Die BAK tritt seit geraumer Zeit dafür ein, dass wirksame Maßnahmen zur Förderung von Getränkemehrwegsystemen ergriffen werden.

Im Zentrum des vorliegenden Endberichts steht das Ökobonus-Modell als Steuerungsmodell, das auf der Letztvertreiber-Ebene ansetzt und dort gleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen den Diskontern und den übrigen Handelsketten herstellen will. In seiner konkreten Ausgestaltung laut beigeschlossenem Gesetzentwurf erscheint es geeignet, dass unerwünschtes Ausweichverhalten der Großformen des Lebensmitteleinzelhandels nicht mehr möglich ist. Letztvertreiber können gar nicht anders als die Quoten einhalten: Denn wenn Abgabenzahlungen zu leisten wären, würden diese im Wege des „Ökobonus“ an diejenigen Mitbewerber fließen, die die Quoten eingehalten haben. Nur wenn die Quoten eingehalten werden, werden auch keine Abgabenzahlungen fällig. Somit sollte es auch volkswirtschaftlich gesehen im Endergebnis zu keinem Kaufkraftabfluss kommen. Unterstützt wird dies dadurch, dass der Endbericht – vom Status quo ausgehend - eine Stabilisierung und moderate Anhebung der Mehrwegquote bis 2018 vorschlägt. Das erscheint – auch in Hinblick auf die Konsumentenpräferenzen - realistisch und würde doch das Ziel „Wahlfreiheit der Konsumenten“ sicherstellen. Es darf auch erwartet werden, dass österreichische Abfüller diese Steigerungen bewerkstelligen können, damit gleichzeitig auch Arbeitsplätze in Österreich gesichert werden.

In Hinblick auf die einbezogenen Packmittel könnte sich empfehlen, den Getränkeverbundkarton als ökologisch vorteilhafte Verpackungen auszunehmen, weil hier weder ökologische, lebensmittelhygienische oder andere Argumente einen Gebindefwechsel empfehlen.

Grundsätzliches

Die BAK tritt seit geraumer Zeit dafür ein, dass endlich **wirksame Maßnahmen zur Förderung von Getränkemehrwegsystemen** ergriffen werden und hat dies zuletzt anlässlich der Stellungnahme zum Entwurf für eine AWG-Novelle 2010 zur Umsetzung der EU-Abfallrahmenrichtlinie bekräftigt⁵.

Die **ökologische Vorteilhaftigkeit von Getränkemehrwegsystemen** ist seit langem bekannt und wird auch nicht von industriefinanzierten Studien in Frage gestellt, wie sie in letzter Zeit – auch in Österreich – beauftragt worden sind. Das hat die **am 29.9.2010 vom BMLFUW veranstaltete Expertenanhörung ebenfalls bekräftigt**. Auch die derzeit in Arbeit befindliche Ökobilanz, die ARA und Getränkeabfüller beauftragt haben, wird hier keine grundlegend neuen Erkenntnisse bringen.

⁵ Stellungnahme der Bundesarbeitskammer vom 28.5.2010; download unter <http://wien.arbeiterkammer.at/online/awg-novelle-2010-55555.html>

Für Mehrweg sprechen zudem **regionalwirtschaftliche Erwägungen**. Denn Mehrweg bevorzugt tendenziell regionale Erzeugung und mithin auch inländische Wertschöpfung, was unzweifelhaft entsprechende arbeitsplatzsichernde Effekte mit sich bringt. Die Sicherung von Arbeitsplätzen in regional situierten, kleinen und mittleren Unternehmen erscheint besonders wünschenswert. Dies gilt sowohl für die Erzeugung als auch den Vertrieb.

Und das stimmt im Übrigen gut mit **feststellbaren Konsumentenpräferenzen** überein: Befragungen zeigen immer wieder eine hohe Präferenz für umweltschonend hergestellte Produkte bzw Produkte aus regionaler Erzeugung. Das aus der Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten verständliche Bedürfnis nach Convenience spricht nicht automatisch für Einweg, auch wenn Vertreter der Wirtschaft dies ständig suggerieren wollen. Convenience ist das Ergebnis einer Vielzahl von Faktoren und ist gleichermaßen auch bei Mehrweg möglich, wie die 1,5l-PET-Mehrwegflasche und Abgabeformen wie zB die 6er-Mineralwasser-Trage zeigen. Faktum ist, dass es nach wie vor eine große Bereitschaft bei den Konsumenten gibt, mit ihren Kaufentscheidungen den Umweltschutz zu fördern. Darauf setzt der Handel ja auch in seiner sonstigen Produktpräsentation, wenn er laufend die Angebote von Bioprodukten und von regionalen Produkten ausweitet. Mehrweg ist ein Beitrag zu Ressourcenschonung und Umweltschutz und Mehrweggetränke sind eher regionale Produkte. Derzeit wird umweltbewusstes Kaufverhalten tendenziell sogar bestraft: Mit laufenden Sonderangeboten für Getränke in Einwegverpackungen und kontinuierlichem Zurückfahren des Mehrwegangebots versucht der Handel die Konsumenten in ihren Präferenzen aufzuweichen. Das soll auch die Botschaft „Recycling ist gut“ unterstützen, wenngleich sie nur die halbe Wahrheit darstellt.

Insgesamt bestehen also genug Gründe dafür, dass mit geeigneten Maßnahmen der **Mehrweganteil etwa am Niveau von 2005 stabilisiert und (zumindest) dem Verdrängungswettbewerb Einhalt geboten wird**, der zwischen ausländischen Einweggetränken und inländischer in Mehrweg abgefüllter Ware einerseits und andererseits zwischen inländischen Großabfüllern, die ebenfalls zunehmend auf Einweg setzen, und eher kleineren und mittleren abfüllenden Unternehmen, die zunehmend um ihren Platz im rückläufigen Mehrwegsortiment der Großformen des Lebensmittelhandels (LEH) bangen, fortschreitet.

Angemerkt sei, dass seit dem **Erkenntnis des Verfassungsgerichtshofes V82/01-13 vom 8. Oktober 2002** auch aus juristischer Sicht feststeht, dass dies **individuell verbindliche Maßnahmen** sein müssen. Die Praxis des BMLFUW, seit 2000 die einseitigen Verpflichtungserklärungen der Wirtschaft (nun: Nachhaltigkeitsagenda 2008 – 2017) zu dulden, bewegt sich nicht im Rahmen des gesetzlich Zulässigen. Zudem waren und sind diese Verpflichtungserklärungen ohnedies wirkungslos: Statt Maßnahmen zu ergreifen, um die versprochenen Ziele zu erreichen, wurden die Ziele ständig nach unten angepasst; zur Zeit werden dem Vernehmen nach fast ausschließlich kompensatorische Maßnahmen mit „dünnem“ oder gar keinem Getränkebezug gesetzt. Praktisch gesehen verpflichtet das Erkenntnis – und das gilt auch heute noch - den BMLFUW zur Erlassung von individuell verbindlichen Maßnahmen, zumal der Nachweis der „technischen Unmöglichkeit“ von solchen Maßnahmen⁶ angesichts der Vielzahl von erfolgreichen Beispielen in anderen, mittel- und nordeuropäischen Staaten⁷ wohl nicht erbracht werden kann. Lenkungsabgaben in skandinavischen Staaten standen offenkundig auch Pate für das mit dem vorliegenden Endbericht vorgeschlagene „Ökobonus-Modell“.

⁶ Vgl dazu *Madner*, Das Erkenntnis des VfGH zur Aufhebung der Mehrwegquoten - folgenlos?, in: *Hochreiter* (Hrsg), Mehrweg hat Zukunft – Lösungsszenarien für Österreich im internationalen Vergleich, Informationen zur Umweltpolitik Nr 180 Bundesarbeitskammer, Wien 2010, 25.

⁷⁷ Pladerer-Vogel, Mehrweg hat Zukunft, Müll und Abfall 2010/4 S.167; download der Studie unter <http://wenigermist.natuerlichwien.at/de/start/studien/430>.

Welche **Auswirkungen dieser Verdrängungswettbewerb auch in Hinblick auf die ökologische Performance von Mehrweg** hat, hat auch die oben erwähnte Expertenanhörung vom 29.9.2010 anschaulich gemacht: Innovationen und Investitionen geschehen offenbar nur mehr im wachsenden Einwegsegment. Dabei haben die Experten auch dem Mehrwegsegment noch immer deutliche Innovationspotentiale bescheinigt. Diese können aber von den Abfüllern nicht mehr abgerufen werden, da bestehende Rahmenbedingungen, insbesondere die offenkundigen Präferenzen bei den Großformen des LEH, hier keine Investitionssicherheit mehr bieten. Sie behandeln Mehrweg als Auslaufmodell, weil Mehrweg für sie betriebswirtschaftlich angeblich weniger günstig ist.

Die **Marktmacht dieser Großformen** - sowohl in Richtung der Konsumenten als auch der Lieferanten⁸ - ist wohl die **maßgebliche Ursache für all diese Entwicklungen**. Dabei **kommt der ursprüngliche Druck in Wahrheit von den Diskontern**, die von Anbeginn an - und immer ungerührt von WKÖ-Selbstverpflichtungserklärungen - rigoros Mehrweg aus ihren Geschäften verbannt haben und damit **die klassischen Lebensmittelhandelsketten in ihrer Produktpäsentation unter Druck gesetzt haben, auf diesen Trend aufzuspringen**. Dies weist auch den Weg, wo effektive Maßnahmen jedenfalls ansetzen müssen.

Zum Ökobonus-Modell als Steuerungsinstrument

Im Kern des Interesses der Arbeitsgruppe stand das Steuerungsmodell, das sich im Laufe der Arbeiten auch deutlich fortentwickelt hat. Klar war, dass ein Regulierungsmodell **auf der Letztvertreiber-Ebene ansetzen und dort gleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen den Diskontern und den übrigen Handelsketten herstellen muss**. Die Diskonter setzen seit Jahren ausschließlich auf Einweg und haben damit auch einen Präsentationswettbewerb entfacht, der die anderen zum Nachziehen zwingt. Klar war auch, dass dieses Modell so gestaltet sein muss, dass Ausweichverhalten nicht möglich ist. **Letztvertreiber sollen die Quote einhalten müssen und nicht in die Lage kommen, dass sie sich ihrer Pflicht durch „Ablasszahlungen“ entledigen können**⁹. Eine Abgabe muss daher so ausgestaltet sein, dass eine Überwälzung der Lasten weder auf die vorgelagerte Stufe der Abfüller¹⁰ noch auf die nachgelagerte Stufe der Konsumenten möglich ist.

All dies **dürfte das vorgestellte Modell gewährleisten, wobei dem System des Ökobonus zentrale Bedeutung zukommt**: Denn erst dadurch, dass Letztvertreiber fürchten müssen, dass geleistete Abgaben in der Folge einem Mitbewerber zugutekommen, wird sichergestellt, dass die Nichterfüllung der Quote als potentielle Variante de facto ausscheidet. Denn der einzige Wettbewerbsdruck, dem die Großformen des LEH ausgesetzt sind, ist der von den Mitbewerbern¹¹.

⁸ Anschaulich *Gladt*, Zur Marktbeherrschung im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel, wbl 2009, S 157.

⁹ Schon alleine deswegen ist auch das Instrument einer bloßen „Unternehmensmehrwegquote per § 14 AWG-Verordnung“ als Variante ausgeschlossen, da die angedrohten Verwaltungsstrafen nicht spürbar genug wären.

¹⁰ Zur diesbezüglichen Kreativität in den Großformen des LEH vergleiche anschaulich *Gladt aaO* und *Bundeswettbewerbsbehörde*, Allgemeine Untersuchung des österreichischen Lebensmittelhandels unter besonderer Berücksichtigung des Aspekts der Nachfragemacht, 2007, wo die Rede ist von einem „Dschungel unterschiedlicher Konditionen und Rabatte ... (an den LEH), bei deren „Titulierung“ der Phantasie kaum Grenzen gesetzt sind ...“.

¹¹ So zB auch *Gladt aaO* 163.

Damit ist aber auch eine wesentliche Zielsetzung aus der Sicht der BAK erfüllt: Denn so **sollte es volkswirtschaftlich betrachtet im Ergebnis zu keinem Kaufkraftabfluss kommen**. Denn werden die Quoten eingehalten, werden auch keine Abgabenzahlungen fällig.

Zu den vorgeschlagenen Zielen

Wiewohl rein theoretisch jede Neuregelung an den hohen Zielen des § 2 Verpackungszielverordnung (idF vor der Novelle BGBl II 426/2000) ansetzen muss, zieht die BAK eine moderatere Variante vor, die an das **Ziel „Wahlfreiheit der Konsumenten“** anknüpft und deutlich geringere Mehrwegquoten anpeilt.

Zudem wäre eine sprunghafte Erhöhung der Mehrwegquote ohnedies praktisch nicht verwirklichtbar. Eine **Regelung, die nicht auf Abgabenflüsse sondern die Erfüllung von Unternehmensquoten abzielt, muss daher individuell erfüllbar sein:**

Somit muss jede Regelung am Status quo der Mehrwegsysteme ansetzen und diesen stabilisieren. Steigerungen in den Zielen sollten sich dann daran orientieren, was die österreichischen Abfüller auch tatsächlich bewerkstelligen können, damit gleichzeitig auch regionale Arbeitsplatzziele verfolgt werden können. Die im Endbericht vorgeschlagenen Zeithorizonte und Ziele (§ 4 Abs 1 und Abs 4 dE) versuchen diesen Anliegen offenkundig Rechnung zu tragen, sollten aber nochmals in diesem Sinne überprüft werden.

Zum Anwendungsbereich des Modells – Wer ist Verpflichteter?

Der Entwurf von 2004 nahm alle Letztvertreiber in die Pflicht, macht aber eine Ausnahme unterhalb einer Gesamtverkaufsfläche von 200 m². Demgegenüber sieht der beigeschlossene Entwurf eine **betragmäßige Begrenzung von 500.-€ Abgabenverpflichtung pro Jahr** vor. Dies scheint deutlich angemessener, um Kleinvertreiber effektiv auszunehmen und gleichzeitig die neuen „dezentralen“ Distributionsformen via Bäckereiketten, Tankstellenshops udgl doch als Adressaten einzubeziehen, wenn die Wertgrenze überschritten ist. So sollte auch gewährleistet sein, dass „Umgebungsgeschäfte in großem Stil“ nicht möglich sind.

Problematisch könnte sein, wenn Letztvertreiber Getränke in sogenannten **Cash-and-carry-Großmärkten** einkaufen, die gleichzeitig auch an Letztverbraucher abgeben und so ebenfalls unter die Regelung fallen. Man könnte hier eine Doppelbelastung sehen; man könnte aber auch argumentieren, dass eben nur unterhalb der betragmäßigen Grenze eine Ausnahme sein soll.

Zum Anwendungsbereich des Modells II - Getränkearten und Packmittel

Der beigeschlossene Gesetzesentwurf erstreckt den **sachlichen Anwendungsbereich** der neuen Regelung auf **alle Getränkearten mit Ausnahmen von Milch** (§ 4 Abs 2 dE). Dabei unterscheidet er nur zwischen **Mehrweggebinden** (§ 2 Ziffer 2 dE) **und den nicht näher definierten Einweggebinden**. Beide konzeptionelle Entscheidungen standen nicht im Kern der Betrachtungen in der Arbeitsgruppe und sollte aus der Sicht der BAK in ihren Einzelheiten nochmals überprüft werden: Denn eine Regelung, die umsetzbar sein will, muss auch in ihren Randbereichen stimmig und begründet sein. Dies konnte man zB bei den 1992 verordneten Getränkezielen noch leichter vernachlässigen, da es sich ohnehin um *kollektive* Verpflichtungen der beteiligten Wirtschaftskreise handelte. Hier geht es aber um individuelle Pflichten.

Jedenfalls sollte nochmals eingehend **hinterfragt werden, ob der Getränkeverbundkarton (GVK) tatsächlich in den Anwendungsbereich der Regeln über Einweggebilde fallen soll**. Denn damit legt der Gesetzgeber ja implizit nahe, dass hier eine Veränderung in der Gebinde- und/oder Packmittelwahl erfolgen soll. Insbesondere würde hier den Umstieg auf PET-MW-Flaschen naheliegen. Dem Vernehmen nach platzieren Ökobilanzen den GVK signifikant besser als alle anderen Einwegverpackungen und in greifbarer Nähe zu PET-MW. Zudem werden dem GVK auch hygienische und andere lebensmittelbezogenen Vorteile (im Vergleich zu PET) zugebilligt, sodass ein Gebindefwechsel sachlich wenig argumentierbar erscheint. Insgesamt empfiehlt die BAK auch nur solche Packmittel in die Abgabenverpflichtung miteinzubeziehen, wo tatsächlich ein Gebindefwechsel (~ von Einweg zu Mehrweg) wünschenswert ist. Für GVK dagegen sollte als dritte Verpackungskategorie die „ökologisch vorteilhafte Verpackung“ erwogen werden, die ebenfalls von der Abgabenverpflichtung ausgenommen ist.

Ähnliche Überlegungen empfehlen sich auch hinsichtlich der einbezogenen Getränkearten. Denn **Sekt und Spirituosen** waren nie „Kandidaten“ für die Abfüllung in Mehrweg.

Auch bei Wein könnte eine besondere Sachlage argumentiert werden: Wein dürfte deutlich andere Vertriebswege gehen als Bier, Limonaden und Mineralwasser. Vor allem dürften die Großformen des LEH hier nicht im gleichen Ausmaß involviert sein, sodass die Argumente zu Bier, Limonaden und Mineralwasser nicht so ohne weiteres auf Wein umlegbar sind. Es scheint auch, dass es für Wein an hinreichenden Zielvorstellungen, was die wünschenswerte Gebindefwahl und Vertriebslogistik in Zukunft betrifft, mangelt.

7.2 Stellungnahme der Landwirtschaftskammer Österreich vom 19. Oktober 2010

Die Landwirtschaftskammer Österreich nimmt zu dem von einer Länder-Arbeitsgruppe vorgelegten „Öko-Bonus-Modell“ (Stand 29.9.2010) wie folgt Stellung:

Eckpunkte des Vorschlags sind die Erhebung eines Zuschlages auf Getränke-Einweggebilde und die Auszahlung eines Bonus für nachweislich bepfandete und für die Wiederverwendung bestimmte Gebinde auf Ebene des Letztverbrauchers.

Die Landwirtschaftskammer Österreich begrüßt grundsätzlich Maßnahmen, mit denen der Mehrweganteil - sofern ökologische und ökonomische Vorteile bestehen - erhöht wird.

Der vorliegende Vorschlag enthält keine Folgenabschätzung. Insbesondere die Auswirkung dieses Systems auf die Preisgestaltung bei der heute schon hohen Konzentration im Einzelhandel bedarf einer genaueren Analyse. Des Weiteren wurde auch der bei den Betrieben und den Finanzämtern entstehende Verwaltungsaufwand nicht erhoben. In diesem Zusammenhang wird hinterfragt, inwieweit das vorgelegte Modell mit dem politischen Ziel „Reduktion der Verwaltungslasten um 25 % bis 2012“ (Europäischer Rat im Frühjahr 2007) vereinbar ist.

Bei den einbezogenen Getränkearten ist auch der Wein erfasst. Aus Sicht der Landwirtschaftskammer Österreich sollte eine Lenkung mit einer Abgabe dort vorgenommen werden, wo dies möglich und sinnvoll ist. Ziel der österreichischen Weinwirtschaft ist es u.a., den Qualitätswein, der Großteils in 0,75-Liter Glasflaschen angeboten wird, zu forcieren.

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

Die in den Anhängen zum „Öko-Bonus-Modell“ dargestellten Tabellen sind für die Landwirtschaftskammer Österreich insbesondere beim Wein nicht nachvollziehbar. In Österreich werden durchschnittlich 250 Mio Liter Wein pro Jahr konsumiert. 55 % davon werden außer Haus (Gastronomie etc.) und 45 % werden zu Hause konsumiert. Wein, der zu Hause konsumiert wird, wird zu 30 % Ab-Hof, rund 60 % im Lebensmittelhandel sowie rund 10 % im Getränkefachhandel gekauft (Quelle: GfK Haushaltspanel). Im Lebensmittelhandel wird der Wein zu rund 30 % in 1-Liter und 2-Liter Flaschen, zu rund 60 % in der 0,75 Liter Flasche und zu rund 10 % in sonstigen Behältnissen verkauft (Quelle: Nielsen).

Im Bereich des Ab-Hof Verkaufes werden rund 60 % der Weine in 1-Liter und 2-Liter Flaschen, und rund 40 % in der 0,75 Liter Flasche in Verkehr gebracht. Vom selben Verhältnis kann man in der Gastronomie ausgehen. Im Ab-Hof Verkauf sowie in der Gastronomie werden die 1-Liter und 2-Liter Flasche im Mehrweg geführt, wobei auch im Bereich der 0,75 Liter Flasche 10-15 % wiederbefüllt werden.

Hochwertige Qualitätsweine werden Großteils in 0,75-Liter Glasflaschen gefüllt. Wesentliches Verkaufsmerkmal für diese Qualitätsweine ist auch eine hochwertige Glas- und Flaschenausstattung. Der führende Glasflaschenerzeuger in Österreich (Vetropack) hat alleine 20 verschiedene 0,75-Liter Glasflaschenformen in zusätzlich rund zehn verschiedenen Farben. Dazu kommen noch unzählige andere Glasflaschen von anderen Glaserzeugern und Importeuren. Diese Flaschen werden durchwegs im Einweg geführt. Viele Weinbaubetriebe haben daher auch keine eigenen Flaschenwaschanlagen mehr. Zurückgenommene 0,75-Liter Flaschen können aufgrund unterschiedlicher Flaschenhöhen auf modernen Abfülllinien nicht verwendet werden.

Die österreichische Weinwirtschaft besteht aus rund 7.000 Weinbaubetrieben, die Wein in Flaschen abfüllen und vermarkten. Fast alle dieser Betriebe haben einen mehr oder weniger großen Anteil an Ab-Hof-Verkauf. Den Lebensmittelhandel bedienen im Wesentlichen die wenigen großen weinabfüllenden Handelsbetriebe sowie Genossenschaften. Der Großteil der Weinbaubetriebe hat sehr unterschiedliche Vertriebssysteme. Durch die beabsichtigte Nichteinbeziehung der Lieferungen an die Gastronomie und den Lebensmittelhandel sowie sonstige Wiederverkäufer müsste auf jedem Weinbaubetrieb für Letztverbraucher eine besondere Logistik aufgebaut werden.

Die Einführung eines Einwegzuschlages mit einer einmal im Jahr stattfindenden Abführung an das zuständige Finanzamt sowie die Ausweisung eines Mehrwegbonus bei Mehrwegflaschen wird zu einem großen bürokratischen Aufwand für die Großteils kleinstrukturierten Weinbaubetriebe führen. Auch die Finanzbehörden müssten tausende neue „Steuerakte“ anlegen, um das vorgesehene System vollziehen zu können.

Das Erzwingen einer Erhöhung der Mehrwegquote dahingehend, dass verstärkt in Mehrweggebinde wie 1-Liter und 2-Liter Flaschen abgefüllt wird, ist im Hinblick auf die Qualitätsbemühungen des österreichischen Weines absolut kontraproduktiv. Im Übrigen wird darauf hingewiesen, dass die Sammelquote bei Weinflaschen, auch wenn sie im Einweg geführt werden, weit über 90 Prozent beträgt, und die Probleme des Littering sicherlich nicht auf Weinflaschen zurückzuführen sind.

Die Landwirtschaftskammer Österreich lehnt daher das vorgeschlagene Öko-Bonus-Modell für Wein mit Nachdruck ab.

Die Landwirtschaftskammer Österreich ersucht um Berücksichtigung der vorgebrachten Punkte und steht für weitergehende Gespräche gerne zur Verfügung.

7.3 Stellungnahme der Wirtschaftskammer Österreich vom 19. Oktober 2010

Die Wirtschaftskammer Österreich dankt für die Übermittlung des Entwurfs für ein „ÖKOBONUS-Modell“ mit einem angeschlossenen Entwurf für ein „Gesetz zur Förderung des Mehrweganteils von Getränkeverpackungen“, der Regelungen über die Einhebung einer Einwegabgabe auf Getränkeverpackungen enthält. Vorweg ist zu betonen, dass eine umfassende Beurteilung des Vorschlags in der gesteckten Frist von wenigen Tagen nicht leistbar ist. Unsere Ausführungen konzentrieren sich daher auf die augenscheinlichsten Schwächen des Modells, ohne die zahlreichen weiteren Mängel aufzuzeigen, die die Praktikabilität ebenfalls ausschließen.

Generelle Ablehnung

Das am 5.10.2010 vorgestellte Modell eines Bonus-Malus-Systems für Getränkeverpackungen wird generell mit Nachdruck abgelehnt. Es greift ohne Not in Freiheiten des Konsumenten und der Wirtschaft ein, löst beträchtliche Kostenschübe aus, die zur Verteuerung einer wichtigen Gruppe von Lebensmittel führen, führt zu Stranded Investments und gefährdet Arbeitsplätze. Die Betriebe werden mit neuen Aufzeichnungs- und Meldepflichten belastet. Diesen schwerwiegenden Nachteilen stehen keine Vorteile gegenüber, die auch nur im Ansatz die massiven Eingriffe rechtfertigen würden. Der Versuch der Konsumentenbevormundung erinnert an die Bestrebungen vor rund 20 Jahren, den Konsumenten zum Milchkonsum in Mehrweggebinden zu zwingen – ein Versuch, der kläglich gescheitert ist und den auch die Autoren des vorliegenden Modells nicht mehr ins Auge fassen.

Sowohl Einweg- als auch Mehrwegverpackungen sind umweltverträglich

Die ökologischen Auswirkungen bei Einweg und Mehrweg haben sich in den letzten zwanzig Jahren zunehmend angenähert. Die Reduktion der Verpackungsgewichte und die Verpackungsrecyclingsysteme haben die ökologische Performance von Einwegverpackungen massiv verbessert. Sowohl Einweg- als auch Mehrweggebinde sind für die Konsumenten sinnvolle und umweltverträgliche Optionen, und es hängt von den konkreten Parametern wie Lieferradien, Recyclingquoten und Verpackungsgewichten, aber auch von den Beurteilungskriterien (CO₂ versus andere Kriterien) ab, welche „die Nase vorn“ haben. Das wird auch durch jüngste Ökobilanz-Studien belegt. Daher gibt es keine hinreichenden Gründe, dem Konsumenten, der sich je nach Konsumsituation für die eine oder die andere Verpackungsform entscheidet, eine bestimmte Form aufzuoktroyieren.

Wahlfreiheit des Einweg- und des Mehrwegkonsumenten

Der überwiegende Anteil der Konsumenten hat sich in den letzten Jahren für Einweg entschieden. Über 80% der Konsumenten kaufen in Einweggebinde abgefüllte Getränke, weil sie leichter sind, nicht im Geschäft zurückgegeben werden müssen und bequem dem Recycling zuge-

führt werden können. Ihre Wahlfreiheit ist nicht durch eine Abgabe zu beschneiden, die bei vielen Produkten mit einem Preisaufschlag von 10% oder deutlich mehr zu Buche schlägt.

Die derzeitige Verteilung zwischen Einweg- und Mehrweggebinden ist Ausdruck der Wahlfreiheit des Konsumenten in den letzten Jahren ("Abstimmung im Supermarkt"). Dort wo der Konsument Mehrweg wünscht, bekommt er ihn (Bier). Wo sich eine entsprechende Nachfrage manifestiert, ist die Wahlfreiheit zwischen Einweg und Mehrweg nach wie vor vorhanden.

Kostenlawine für den Konsumenten

Auf den Konsumenten kommen mehrfache Kostenlawinen zu, sollte das Modell verwirklicht werden:

Kostenschub Nr. 1: Kosten der Einwegabgabe von bis zu 670 Millionen € p.a.

Bleibt der Konsument trotz der Abgabenbelastung bei seiner Wahl, ist ein Malus einzuheben, der das Getränk für ihr massiv verteuert. Getränke, die im Handel weniger als 1 Euro pro Stück kosten, verteuern sich (nach dem Endausbau des Modells) um mindestens 24%. Bei Getränken, die um die 50 Cent kosten, erreicht die Belastung Spitzenwerte über 40%. Die Preiserhöhungen schlagen bei preisgünstigen Getränken prozentuell viel stärker durch als bei teuren Getränken und treffen damit unverhältnismäßig stärker Konsumenten, die im billigen Preissegment einkaufen.

Werden alle 3,8 Milliarden Stück Einweggebilde des österreichischen Markts abzüglich der Mehrweggebilde mit dem Malus belastet, weil niemand die vorgegebenen Mindestmehrwegquoten erreicht, so ergibt sich eine Gesamtbelastung aus dem Malus von 560 Millionen Euro pro Jahr. Da diese in die Mehrwertsteuerbasis einfließen, werden zusätzlich noch 20 % MwSt., also 112 Millionen Euro pro Jahr, fällig.

Daraus ergibt sich im Worst Case eine jährliche Gesamtbelastung der österreichischen Konsumenten mit 670 Millionen Euro.

Da fast alle Österreicherinnen und Österreicher zumindest gelegentlich Getränke konsumieren, kann man durchaus von einer „Massensteuer“ sprechen, die die einkommensschwächeren Bevölkerungsteile ungleich härter trifft als die anderen. Dass das Geld nicht in das Budget fließt, und damit der Begriff Steuer aus finanzwissenschaftlicher Sicht nicht zutrifft, ist für die Konsumenten ein schwacher Trost.

Unsichere Gegenverrechnung

Von den Autoren des Modells wird eingewandt, dass diese Berechnung unter den Tisch fallen lässt, dass Mehrweg-Boni anfallen, die mit den Einweg-Mali gegenverrechnet werden können.

Dies ist aber eine unsichere Sache, denn kein Einzelkaufmann weiß am Beginn eines Kalenderjahres, ob er die Mehrwegquote erreichen wird oder nicht. Dies hängt ja davon ab, ob die Konsumenten ihr Nachfrageverhalten ändern. Er wird daher bei der Abgabe von Einweggetränken den Malus aufschlagen. Einen Bonus für Mehrweg erhält er aber nur, wenn er diese

Quote überschreitet. Er kann die Mehrwegboni erst weitergeben, wenn er am Ende des Jahres sieht, dass er die Voraussetzungen dafür erfüllt.

Ob die Mehrweg-Boni beim Konsumenten ankommen, ist aber auch deshalb fraglich, weil der Aufbau der Mehrweglogistik von der Abfüllanlage über die Gebinde und Kisten bis zu den Rücknahmeautomaten, der Logistik und den Waschanlagen viel Geld verschlingt. Der Mehrweg-Bonus soll ja offenbar diese Mehrkosten des Mehrwegs abdecken. Diese Summen können daher auch nicht für eine Gegenverrechnung mit den Einweg-Mali in Betracht kommen.

Kostenschub Nr. 2: Exorbitant hohe Verwaltungskosten

Von den Gesamterträgen aus den Einweg-Mali sind 10% für den Verwaltungsaufwand reserviert. Spielen die Einwegmali 560 Millionen Euro pro Jahr ein, ergibt sich für den Einhebungsaufwand die stolze Summe von 56 Millionen Euro pro Jahr. Dieses Geld fließt niemals an den Konsumenten zurück. Zum Vergleich: Das gesamte ARA-System, das österreichweit die Erfassung, Sortierung und Verwertung aller Verpackungsabfälle in Haushalten finanziert, kostet 100 Mio € p.a.

Kostenschub Nr. 3: Erhöhte Gebühren für alle Konsumenten im ARA-System

Wirkt sich die Lenkungsabgabe so aus, wie sich seine Erfinder das wünschen, dann reduziert sich das Material im ARA-System erheblich. Soll die bestehende Dichte der Infrastruktur erhalten bleiben, bleiben auch die Fixkosten etwa gleich. Die Folge sind Gebührenerhöhungen, die von allen Konsumenten, nicht nur von den Getränkekonsumenten, zu zahlen sind.

Gefährdung von Arbeitsplätzen

Gefährdet sind Arbeitsplätze in der Abfallwirtschaft, die im Vertrauen auf die Verpackungsverordnung in die Infrastruktur der Wertstoffeffassung und stofflichen Verwertung investiert hat. Diese Anlagen drohen „stranded investments“ zu werden, ihr Ausmaß ist bei 100 Mio € anzunehmen. Gefährdet sind weiters Arbeitsplätze kleinerer Abfüllbetriebe, die sich die Umstellung auf neue Abfüllanlagen nicht leisten können. Gefährdet sind schließlich auch kleine Nahversorger, die vor die Wahl gestellt sind, sich vom Inverkehrbringen von Getränken zurückzuziehen, um Maluszahlungen zu vermeiden, oder in das Roulette von Einwegmali und Mehrwegboni einzusteigen.

Diesen verlorenen oder gefährdeten Arbeitsplätzen stehen jene gegenüber, die für die Administration in der staatlichen Verwaltung eingerichtet werden müssen und für deren Finanzierung 10% der Erträge aus dem Einweg-Malus abgezweigt werden.

Unerträgliche bürokratische Belastung, insbesondere der KMU

Das Modell ist auch deshalb prinzipiell abzulehnen, weil es eine große Zahl von Betrieben mit neuen bürokratischen Verpflichtungen belastet. Getränke werden in Österreich an 90.000 Abgabestellen an Letztverbraucher abgegeben. Für jede dieser Abgabestellen ist eine Getränkeverpackungsbuchhaltung zu führen, die die Stückzahlen aller in einem Kalenderjahr abgegebenen Einweg- und Mehrweggebinde auflistet. Auch jene Betriebe, die pro Tag nur rund 10

Gebinde abgeben, sind abgaben- und aufzeichnungspflichtig. Jene, die deutlich darunter liegen, wären zwar nicht abgabenpflichtig aber sehr wohl aufzeichnungs- und meldepflichtig.

Die Wirtschaft fragt sich: Ist die „Lenkung“ des Konsums von einer Gebindeform zu einer anderen wirklich ein so wichtiges Anliegen, dass mindestens 90.000 Betriebe (Einzelhandel outlets, Gastronomie, Weinhandel, Weinbauern, Tankstellenshops, Würstelstände, Kebabstationen, Pizzadienste) ein völlig neues Bürokratiefeld eröffnen müssen, während die Politik seit Jahren den Abbau der betrieblichen Verwaltungslasten um 25% verspricht?

Detailliertere Ausführung einiger Haupteinwände

1. Kein ökologisch begründeter Handlungsbedarf

Die Einweg-/Mehrweg- Diskussion ist durch einen Sachstand geprägt, der den Entwicklungen der letzten 10 Jahre hinterherhinkt.

Das Öko-Bonus Modell geht von der fiktiven Annahme aus, dass Einweggebilde immer deutlich ökologisch nachteiliger im Vergleich zu Mehrweggebilden sind. Diese Prämisse entstammt in ihren Ursprüngen den achtziger Jahren und ist heute auf Grund der eingetretenen technologischen Entwicklungen (vor allem der Optimierung bei Verpackung sowie der Leistungsfähigkeit bei Sammlung, Verwertung und Recycling) nicht mehr haltbar.

Durch signifikante Verbesserungen bei der Verwertung (zB Bottle-to-Bottle) von Einweggetränkegebilden aber auch in der Produktion von Verpackungen und der Abfüllung haben sich die ökologischen Auswirkungen bei Einweg und Mehrweg zunehmend angenähert bzw. sind teilweise bereits gleich. Dies wird auch durch jüngste Studien (ua für Deutschland) belegt. Reduktionen der Verpackungsgewichte und die Einführung und Optimierung der flächendeckenden Sammlung und Verwertung für alle relevanten Stoffe haben die ökologische Performance der Einweggebilde stark verbessert.

Es wurde mit großer Verwunderung festgestellt, dass die letzten für Österreich relevanten Berechnungen für eine Ökobilanz der Getränkegebilde und zur Beurteilung der ökologischen Vor- und Nachteile dieser aus dem Jahr 2004 stammen. Eine aktuelle Ökobilanz nach ISO-Standard wird derzeit vom IFEU erstellt, sollte aber offenbar keinen Einfluss auf vorliegendes Modell haben. Bevor die Ergebnisse dieser Aktualisierung vorliegen, kann jedoch ein ökologisch begründeter Handlungsbedarf zwar auf Grundlage historischer Daten behauptet, aber nicht mit aktuellem Faktenwissen belegt werden.

Darüber hinaus kann von Einweg-Müllbergen nicht die Rede sein, da Einweggebilde getrennt gesammelt und zur Verwertung übergeben werden. Getränkegebilde im Restmüll sind seit 1993 um 25% zurückgegangen.

Die Frage nach der ökologischen Dringlichkeit eines derartigen Markteingriffs bleibt auch in der am 5.10.vorgestellten Fassung des Modells unbeantwortet. Dieses präferiert weiterhin apodiktisch Mehrweg-Getränkeverpackungen ohne Differenzierung zwischen den einzelnen Packstoffen, den Füll-Volumina und anderen Aspekten.

Entgegen dieser apodiktischen Feststellung zur ökologischen Vorteilhaftigkeit von Mehrweg-Getränkeverpackungen haben jedoch die selben Autoren, nämlich Prof. Vogel und Prof. Pladerer gemeinsam mit anderen Autoren, in der Studie „Mehrweg hat Zukunft“ im Jahr 2009 eine

andere Aussage getroffen. In dieser Studie wurden auch andere Einweg-Getränkeverpackungen, wie insbesondere der Getränkeverbundkarton, mehrmals als „ökologisch vorteilhaft“ gekennzeichnet und als ökologisch vorteilhafte Verpackung nicht in Frage gestellt.

Um beim Beispiel Getränkeverbundkarton zu bleiben: hier liegen bekanntlich eine Reihe von aktuellen Ökobilanzen vor, bei denen der Getränkeverbundkarton positiv abschneidet. Zum Beispiel in Deutschland ist auch eine Pfand-Ausnahmeregelung als ökologisch vorteilhafte Verpackung durch die ökologisch günstige Bilanz für den GVK legitimieren. Dieser Mangel an Differenzierung - eine Einweg-Mehrweg Unterscheidung ohne Ansatz einer Bewertung des ökologischen Vorteils bzw. Nachteils - ergebe aber schlussendlich eine keinesfalls politisch erwünschte Regelung.

2. Keine Angemessenheit des Markteingriffs

Wie auch oben dargelegt, ist schon mangels eines derartigen ökologisch begründeten Handlungsbedarfs aus unserer Sicht die Angemessenheit des Markteingriffs nicht gegeben. Wenn verschiedene Optionen annähernd gleich bei Ökobilanzen abschneiden, gibt es keine Rechtfertigung für irgendeine Form eines Markteingriffs.

3. Ökobonus-Modell widerspricht den Konsumentenwünschen

Eine in Auftrag gegebene GALLUP-Studie zeigt, dass sich bei vergleichbarer Präsentation über 80% der Konsumenten für Getränke in Einwegverpackungen entscheiden, da sie leichter sind und komfortabel zur Verwertung abgegeben werden können. Gerade im Hinblick auf den steigenden Bevölkerungsanteil im Alter von mehr als 70 Jahren ist diese Präferenz durchaus verständlich. Vor allem in Tankstellenshops, Imbissständen etc. (welche grundsätzlich auch vom Ökobonusmodell erfasst werden sollen) wünschen Kunden Einwegverpackungen, weil diese gerade auf Reisen und unterwegs leichter zu handeln sind: sie sind leichter, es gibt keine Verrechnung, keine zu retournierenden Leerflaschen...

Nur etwa 20% bevorzugen aus ökologischen Gründen Getränke in Mehrweggebinden.

Eine gesetzliche Mehrwegquote von 30%, 40% oder 50% widerspricht daher den Konsumentenwünschen.

An den berechtigten Konsumentenwünschen sind letztlich auch die kostspieligen Versuche, Milch in Mehrweg-Glasflaschen anzubieten gescheitert. Die Wirtschaft liefert Getränke in allen Formen, die der Markt verlangt. Bei Bier gibt es nach wie vor einen hohen Mehrweganteil, weil der Konsument Bier in Mehrweg wünscht. Bei anderen Getränken finden die Leichtverpackungen, die nicht ins Geschäft zurückgebracht werden müssen, deutlich mehr Anklang. Die derzeitige Verteilung zwischen Einweg- und Mehrweggebinden ist Ausdruck der Wahlfreiheit des Konsumenten in den letzten Jahren ("Abstimmung im Supermarkt").

4. Ökobonus-Modell bremst das Wachstum

Es ist davon auszugehen, dass diese künstliche Verteuerung der Produkte vom Handel an den Konsumenten weitergegeben wird. Während der bisherigen Entwicklung im Verlauf der Wirtschaftskrise war die Erhaltung der Massenkaufkraft ein wesentlicher Stabilisator. Wird dem Konsumenten Kaufkraft entzogen, kann er weniger nachfragen – dies wirkt wachstumshemmend für die betroffenen Branchen (Verpackungsindustrie, Getränkeindustrie, Handel).

5. Das Ökobonus-Modell ist ein ökologisches Nullsummenspiel

Die Proponenten des Ökobonus-Modells sehen es als ihr Ziel an, den Konsumenten entgegen seinen Präferenzen vom Konsum in Einweggebinden abzuhalten. Die Wirtschaft weiß nicht, ob der Konsument sich im Sinn des Modells anpassen wird oder weiterhin Einweggebinde nachfragt. Bleibt der Konsument bei seinem bisherigen Verhalten, hat das Modell keine Wirkung außer der massiven Verteuerung der Produkte für die Konsumente und dem Auflaufen hoher Verwaltungskosten.

Verhält sich der Konsument im Sinne der Intentionen des Modells, dh er kauft mehr Mehrweggetränke als bisher, stellt sich die Frage, ob er die Gebinde tatsächlich so oft zurückbringt wie die Konsumenten, die sich schon bisher als Mehrweg-Anhänger manifestiert haben. Halbiert sich die Umlaufzahl, vermindert sich der von den Studienautoren behauptete Mehrvorteil signifikant. Die nächste Frage ist, welcher Packstoff gewählt wird, wenn Einweg durch Mehrweg substituiert wird. Es ist eine Tatsache, dass nicht jede Substitution in dieser Richtung ökologisch vorteilhaft sein muss.

6. Hohe Verwaltungskosten und administrativer Aufwand in den Betrieben

Das Ökobonus-Modell sieht vor, dass 10% der Einnahmen aus der Einwegabgabe für die Deckung der Verwaltungskosten verwendet werden.

In Anbetracht einer möglichen Gesamtbelastung durch die Einwegabgabe in der Höhe von rd 350 bis 670 Mio Euro (abhängig von den vorgegebenen Mehrwegquoten – 30% bis 50%) sind diese Verwaltungskosten exorbitant hoch angesetzt.

Diese Kosten sind unabhängig von dem zusätzlichen in den betroffenen Unternehmen verursachten administrativen Aufwand (u.a. Erfassung der verkauften Gebinde, Abführung der Einwegabgabe...). Wir gehen derzeit von einer Betroffenheit von rd. 90 000 Abgabestellen, in denen Getränken an Letztverbraucher abgegeben werden. Die hohe Anzahl der Inverkehrsetzer von Getränkeverpackungen lässt eine sinnvolle Administration des Systems nicht zu. Eine Einschränkung des Kreises der Verpflichteten hingegen würde dem Prinzip der Gleichbehandlung widersprechen und insbesondere verfassungsrechtliche Fragestellungen aufwerfen.

Die Abgabe würde Zehntausende KMU zwingen, eine Verpackungsbuchhaltung aufzubauen, die die pro Kalenderjahr abgegebenen Stück gegliedert nach Einweg und Mehrweg auflistet. Damit ist die Maßnahme auch aus KMU-politischer Sicht inakzeptabel.

Darüber hinaus werden Kleinformen des Handels durch vorliegendes Modell massiv benachteiligt. Durch die Tatsache, dass nicht zwischen Getränkearten und Gebindegrößen unterschieden wird, werden - wegen des weit größeren Sortiments und damit verbunden den weit größeren Gestaltungsspielräumen - die Großformen des Handels bevorzugt und die Kleinformen benachteiligt.

7. Unkalkulierbarkeit des Bonus-Malus-Systems

Die zu tragenden finanziellen Lasten hängen nur begrenzt von den eigenen Entscheidungen der Händler, sondern überwiegend von den Entscheidungen Dritter ab (hier: eigene Kunden, Kunden der Wettbewerber, Wettbewerber und deren Geschäftsmodelle). Diese sind a priori jedoch nicht bekannt. Erst nach Jahresresultato bekommt das jeweilige Unternehmen „die Quittung präsentiert“.

Ein Lebensmittelhändler, der sowohl EW als auch MW im Sortiment führt, wird kaum in der Lage sein, das Kaufverhalten exakt zu prognostizieren. Zumal auch die Preiselastizitäten der Nachfrage hinsichtlich Schräg- oder Überwälzung kaum belastbar abschätzbar sein dürften. Die AG-Mehrweg unterstellt implizit, die MW-Präferenz beim Kunden sei primär durch das Geschäftsmodell determiniert. Dem ist zu widersprechen. So gibt es etwa großflächige LEH in Ortsrandlagen, bei denen tendenziell mehr MW nachgefragt wird als in Citylagen, wo die Convenience weit stärker die Kaufentscheidung prägt.

Das Finanzkonzept ist ein Steuerungsmodell zu Lasten Dritter, denn nicht der Konsument wird mit dem Steuerungsimpuls konfrontiert, sondern der Händler. Dieser entscheidet schlussendlich aber nicht - Souverän ist der Käufer (wie auch der Endbericht treffend feststellt).

8. Bonus-Malus-System ist nicht aufkommensneutral

Der Handel hat, vielleicht von wenigen Ausnahmen abgesehen, keine Chance, die Mindestquoten für Mehrweg zu erreichen, der "Ökobonus" geht somit ins Leere.

Auch in den Bereichen, wo theoretisch die Möglichkeit einer Umstellung gegeben wäre, würden die Umstellungskosten ein Vielfaches etwaiger Ökoboni betragen.

Aus folgenden Gründen belastet das Modell die Konsumenten entgegen den Beteuerungen in der Modellbeschreibung sehr wohl erheblich:

- Die für Bonuszahlungen zur Verfügung stehenden Mittel werden um die Verwaltungskosten (10% der Einnahmen) reduziert.
- Letztvertreiber, die Malus bezahlen, werden versuchen, diesen weiterzugeben und in ihre Verkaufspreise einzubeziehen, was zu einer Zusatzbelastung - auch in Form einer höheren Umsatzsteuer der teureren Getränke - der KonsumentInnen führt.
- Letztvertreiber, die Bonus beziehen, werden damit vorrangig die Mehraufwendungen für die MW-Systeme finanzieren. D.h. die Bonuszahlungen dienen zur Deckung der Zusatzkosten und werden daher auch nicht an die KonsumentInnen weitergegeben.
- Bereits in den Begriffsbestimmungen wird festgehalten, dass MW-Gebinde bepfandet sein müssen. Die Erfahrungen aus Deutschland zeigen, dass je nach Gebindeart und Packstoff der Pfandschlupf Größenordnungen von bis zu 15% erreichen kann. Dieser Pfandschlupf belastet die KonsumentInnen doppelt: einmal, weil das bezahlte Pfand beim Letztvertreiber verbleibt, und ein andermal, weil die KonsumentInnen die MW-Gebinde größtenteils in die getrennte Verpackungssammlung für EW-Verpackungen einbringen und deren Kosten wiederum vom Konsumenten via Lizenzentgelte für die EW-Verpackungen zu tragen sind.

9. Schädigung des grenznahen Handels

Gerade bei Billigware und bei kleinen Verpackungsgrößen lohnt es sich, Getränke aus dem nahe gelegenen Ausland zu beschaffen (bei 1000 Dosen erspart man sich bis zu 240 € Abgaben!). Dies schädigt die Wirtschaft im grenznahen Bereich.

Schlussbemerkung

Der vorliegende Entwurf erscheint der Wirtschaft als unnötiger Versuch, mit enormen Aufwand fragwürdige Lenkungseffekte zu erzielen, der bisher anerkannte Freiräume der Konsumenten und der Wirtschaft beschneiden und eine Reihe von „Kollateralschäden“ verursachen würde. Die Wirtschaft bekennt sich dazu, die Verpackungen weiterhin mehrdimensional – unter Einschluss des Umwelt- und Klimaschutzes - zu optimieren. Dazu braucht es ganzheitliche Ansätze, nicht eine eindimensionale Einweg-Mehrweg-Lenkungsschiene.

Mit einer ähnlichen Problemstellung konfrontiert hat sich Deutschland vor einigen Jahren für ein Verpackungspfandmodell entschieden. Abgabenvarianten wie die vorliegende wurden als weniger geeignet ausgeschieden. Heute – nach mehreren Jahren der Anwendung in der Praxis - ist anerkannt, dass das deutsche Pfandmodell die in es gesetzten Erwartungen nicht erfüllt hat. Für das in Deutschland vorweg ausgemusterte Modell der Einweglenkungsabgabe würde das mit Sicherheit auch gelten.

8 Anmerkungen zu den Stellungnahmen der Sozialpartner

Die folgenden Anmerkungen beschränken sich inhaltlich auf den Auftragsumfang an die Arbeitsgruppe (siehe Kap. 1). Hinsichtlich der Einbindung der Sozialpartner in den Entwicklungsprozess des Ökobonus-Modells ist festzuhalten, dass insgesamt vier Gesprächsrunden der Arbeitsgruppe mit den Sozialpartnern stattgefunden haben (Sozialpartnerrunden), in denen über den aktuellen Stand informiert wurde und Gelegenheit zu Stellungnahmen und Anregungen gegeben wurde.

Ad Ökologische Vorteilhaftigkeit von Getränke-Mehrweggebinden

Die Ergebnisse der Expertenrunde am 29. September 2010 (siehe Kap. 2, letzter Absatz) zeigen im Bereich der Umweltauswirkungen von Getränkeverpackungen eindeutig die Vorteilhaftigkeit von Mehrweggebinden auf. Die Behauptung der Wirtschaftskammer Österreich ist daher nicht nachvollziehbar.

Ad Wahlfreiheit der Konsumenten

Das vorgeschlagene Modell strebt nicht 100% Mehrweg an, sondern eine Sicherstellung der Wahlfreiheit für die KonsumentInnen. Die zwei größten Lebensmittelhandelskonzerne Österreichs erreichen die erste Mehrweg-Zielquote von 30% bereits jetzt bzw. liegen nur knapp darunter. Das mittelfristige Ziel ist aus der letzten Zielstufe – unternehmensbezogene Mehrwegquote von 50% - ersichtlich. Die Sicherung der Wahlfreiheit stellt auch eine Forderung der Bundesarbeitskammer, der Interessensvertretung der KonsumentInnen, dar.

Ad Kosten des Modells – Aufkommensneutralität

Kernpunkt des Modells ist es, durch ein aufkommensneutrales Bonus-Malus-System, welches auf Ebene des Lebensmitteleinzelhandels ansetzt, eine Kostenbelastung für die Gesamtheit der KonsumentInnen bzw. auch für den Handel insgesamt hintanzuhalten. Höhere Kosten er-

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

geben sich allenfalls für KonsumentInnen, die ausschließlich Einweg kaufen. Dies gilt ebenso für Handelsbetriebe, die ausschließlich oder überwiegend Getränke in Einweg vertreiben. KonsumentInnen, die in erster Linie Mehrweg nachfragen, sollen durch das Modell belohnt werden. Ebenso Handelsunternehmen, die eine hohe Mehrwegquote aufweisen. Kosten von 20 Cent pro Einweg-Gebinde treten nur dann auf, wenn Handelsbetriebe Getränke ausschließlich in Einweggebinden anbieten und keine Wahlfreiheit besteht. Mit steigendem Mehrweg-Anteil sinken die Kosten je Einweg-Gebindestück linear – bei Erreichen der Mehrweg-Zielquote liegen sie bei Null.

Zum Argument von höheren ARA-Gebühren infolge geringerer Sammelmengen ist festzuhalten, dass im Sinne einer nachhaltigen Abfallwirtschaft, die prioritär das Ziel der Abfallvermeidung zu verfolgen hat, eine Senkung der Stückkosten der getrennten Sammlung nicht durch ein erhöhtes Abfallaufkommen (durch mehr Einweggebinde) sondern durch eine Reduktion von Einweggebinden im Restmüll anzustreben ist.

Ad Verwaltungsaufwand

Zielgruppe des gegenständlichen Modells sind die Großformen des Lebensmitteleinzelhandels. Aufgrund der österreichspezifischen Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel (siehe Abb. 8 Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel) reduziert sich die Anzahl der betroffenen Unternehmen, da nicht das einzelne Handelsoutlet, sondern das die Filialen betreibende Unternehmen für die Ermittlung der unternehmensbezogenen Mehrweg-Zielquote heranzuziehen ist. Außerdem sieht das Modell Ausnahme für kleine Vertreiber vor, die lediglich Bagatellbeträge abzuführen hätten. Auch Gastronomiebetriebe sind definitiv nicht Zielgruppe der vorgeschlagenen Regelung. Es ist daher keinesfalls von 90.000 betroffenen Unternehmen auszugehen.

Ad Geltungsbereich

Im Sinne der Gleichbehandlung sind im Modell derzeit keine Ausnahmen für bestimmte Getränkearten bzw. Packmittel vorgesehen. Allfällige Ausnahmen wären im Rahmen des politischen Entscheidungsprozesses zu diskutieren.

Für den Weinbereich ist festzuhalten, dass auf Basis der in der Stellungnahme der Landwirtschaftskammer genannten Zahlen davon auszugehen ist, dass der Ab-Hof-Verkauf aufgrund der angeführten hohen Mehrwegquote vom Ökobonus-Modell jedenfalls profitieren würde.

Ad Arbeitsplätze

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass die Vorteile von Mehrwegverpackungen mit regionaler Güterdistribution einhergehen und eine Mehrwegförderung auch die Förderung regionaler Wertschöpfung begünstigt.

Anmerkung des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft zum VfGH-Erkenntnis

Der Verfassungsgerichtshof hat in seinem Erkenntnis den § 2 der Verpackungszielverordnung mit 31. März 2003 aufgehoben, wobei im Erkenntnis angeführt wird, dass die Grundlagen für

die konkrete Neufestsetzung nicht ausreichend dokumentiert werden konnten. Ein Auftrag zur Festlegung verpflichtender individueller Maßnahmen, wie von der Bundesarbeitskammer behauptet, ist dem Erkenntnis nicht zu entnehmen.

9 Ausblick

Der vorliegende Bericht dokumentiert die Überlegungen und Ergebnisse der AG Mehrweg. Kern des Berichts ist ein konkreter Vorschlag für ein Modell zur Sicherung und Optimierung von Mehrwegsystemen in Österreich. Damit kann die Forderung der LURK nach einer rechtlich verbindlichen Regelung inklusive sanktionierbarer Ziele erfüllt werden.

Daher empfehlen die Mitglieder der AG Mehrweg eine rasche Umsetzung des vorgeschlagenen Modells und die Ausformulierung konkreter Textbausteine für eine gesetzliche Verankerung.

Die Geschwindigkeit und das Ausmaß der Reduktion von Mehrweggebinden in Österreich legen im Sinne einer ökologischen Lenkungswirkung eine rasche Umsetzung (2011) des Modells nahe.

10 Anhang

10.1 Verwendete Literatur und Quellen

Abfallrahmenrichtlinie der Europäischen Union 2008, i.d.g.F.

AWG 2002, Abfallwirtschaftsgesetz (BGBl. I Nr. 102/2002 ,i.d.g.F.

Konsensfindungsprozess, Weißbuch Abfallvermeidung und -verwertung in Österreich und Bundesabfallwirtschaftsplan 2006

NIELSEN: Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel in Österreich (Stand April 2010)

PLADERER Christian et al. (Österreichisches Ökologie-Institut) und VOGEL Gerhard, et al. (Institut für Technologie und nachhaltiges Produktmanagement der Wirtschaftsuniversität Wien): „Mehrweg hat Zukunft! Modelle und Modellbausteine zur Steigerung des Einsatzes von Mehrweg-Getränkeverpackungen in Österreich, basierend auf einer Analyse von internationalen Erfahrungen“, Abschlussbericht im Auftrag der Wiener Umweltschutzabteilung - MA22, Wiener Magistratsabteilungen - MA48, Land Salzburg, Amt der Salzburger Landesregierung, Abt. 16 Umweltschutz, Wiener Umweltschutzanwaltschaft, Wien, Juni 2009 (http://www.ecology.at/mehrweg09_modell.htm)

Thematische Strategie für Abfallvermeidung und -recycling der Europäischen Union

Verpackungsverordnung (BGBl. I Nr. 648/1996, i.d.g.F

WKO Berichte zur Nachhaltigkeitsagenda 2008-2017 der österreichischen Wirtschaft für Getränkeverpackungen

Zusammenfassung der Handreichung zur Diskussion um Einweg- und Mehrweggetränkeverpackungen (IFEU GmbH. Heidelberg, Juli 2010)

10.2 Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Entwicklung des Mehrweganteils bei Getränkeverpackungen im Zeitraum von 1994 bis 2009 inkl. Gastronomie und Postmix.....</i>	<i>8</i>
<i>Abbildung 2: Stufenplan für die Umsetzung des Ökobonus-Modells beginnend mit dem Kalenderjahr 2012</i>	<i>11</i>
<i>Abbildung 3: Ökobonus-Modell aus Sicht des Unternehmens: 30% UMZQ für das Bemessungsjahr 2012.....</i>	<i>13</i>
<i>Abbildung 4: Ökobonus-Modell aus Sicht des Unternehmens: 40% UMZQ für das Bemessungsjahr 2015.....</i>	<i>14</i>
<i>Abbildung 5: Ökobonus-Modell aus Sicht des Unternehmens: 50% UMZQ für das Bemessungsjahr 2018.....</i>	<i>14</i>
<i>Abbildung 6: Ökobonus-Modell aus volkswirtschaftlicher Sicht: bspw. 30% UMZQ für das Bemessungsjahr 2012.....</i>	<i>15</i>
<i>Abbildung 7: Auswirkung der Umsetzung des Ökobonus-Modells aus volkswirtschaftlicher Sicht (Beispiel 40% UMZQ).....</i>	<i>16</i>
<i>Abbildung 8: Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel in Österreich (Stand April 2010).....</i>	<i>21</i>
<i>Abbildung 9 Verteilung Getränkeverpackungen in Einweg und Mehrweg im Jahr 2008 (in Stück, ohne Milch).....</i>	<i>22</i>
<i>Abbildung 10: Verteilung Getränkeverpackungen in Einweg und Mehrweg im Jahr 2008 (in Stück, ohne Milch) pro Getränkeart.....</i>	<i>22</i>
<i>Abbildung 11: Entwicklung der Mehrwegquote in den Jahren 2004 bis 2009 inkl. Gastronomie und pro Getränkeart</i>	<i>44</i>
<i>Abbildung 12: Detaildaten für das Jahr 2008 ohne Fass-, Tank- und Containerware.....</i>	<i>46</i>
<i>Abbildung 13: Packungsmix 2007</i>	<i>47</i>

10.3 Entwicklung der Mehrwegquote in den Jahren 2004 bis 2009 inkl. Gastronomie

Mineralwasser (in Mio. Liter):	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Inlandsabsatz	644,28	632,53	629,02	649,70	787,98	790,00
MEHRWEG bis incl. 0,5l	30,97	28,98	27,06	27,31	-	-
MEHRWEG > 0,5l	209,47	183,61	168,44	130,43	-	-
Container, Fass, Tank	-	-	-	-	-	-
MEHRWEG (gesamt):	240,44	212,59	195,59	157,74	150,00	143,00
MEHRWEG-Anteil (%):	37,3%	33,6%	31,1%	24,3%	19,0%	18,1%
Limonaden (in Mio. Liter)*:						
Inlandsabsatz	867,10	849,67	863,91	899,10	1.032,00	1.026,00
MEHRWEG bis incl. 0,5l	119,56	117,92	117,47	117,79	-	-
MEHRWEG > 0,5l	71,65	69,50	60,09	75,64	-	-
Container, Fass, Tank	67,58	60,28	61,05	62,21	56,00	56,00
MEHRWEG (gesamt):	256,99	247,70	238,61	255,64	152,00	146,00
MEHRWEG-Anteil (%):	29,6%	29,2%	27,6%	28,4%	14,7%	14,2%
)* ...incl. Gewerbe, AF-Bier, Energy-Drinks und Eistee						
Bier (in Mio. Liter):						
Inlandsabsatz	829,66	834,75	834,93	836,37	927,00	903,00
MEHRWEG bis incl. 0,5l	413,68	404,57	393,83	388,37	-	-
MEHRWEG > 0,5l	-	-	-	-	-	-
Container, Fass, Tank	250,38	246,33	244,13	241,69	263,00	245,00
MEHRWEG (gesamt):	664,06	650,90	637,96	630,06	654,00	643,00
MEHRWEG-Anteil (%):	80,0%	78,0%	76,4%	75,3%	70,6%	71,2%
Fruchtsäfte (in Mio. Liter):						
Inlandsabsatz	287,86	289,03	285,55	292,45	351,00	357,00
MEHRWEG bis incl. 0,5l	31,14	28,94	26,90	25,56	-	-
MEHRWEG > 0,5l	-	-	-	-	-	-
Container, Fass, Tank	5,18	5,18	5,23	5,90	6,00	5,00
MEHRWEG (gesamt):	36,32	34,12	32,13	31,46	29,00	27,00
MEHRWEG-Anteil (%):	12,6%	11,8%	11,3%	10,8%	8,3%	7,6%
GESAMT (in Mio. Liter):						
Inlandsabsatz	2.628,90	2.605,98	2.613,41	2.677,62	3.097,98	3.076,00
MEHRWEG (gesamt):	1.197,81	1.145,31	1.104,29	1.074,90	985,00	959,00
MEHRWEG-Anteil (%):	45,6%	43,9%	42,3%	40,1%	31,8%	31,2%

Abbildung 11: Entwicklung der Mehrwegquote in den Jahren 2004 bis 2009 inkl. Gastronomie und pro Getränkeart

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

10.4 Detaildaten für den Getränkeabsatz im Jahr 2008 ohne Fass-, Tank- und Containerware, ohne Direktvertrieb

Daten 2008	Füllgröße in Liter	Absatzvolumen Mio. Liter	Gebinde in Stück
Glas-EW Bier 0,33 l	0,33	62,89	190.575.758
Glas-EW Bier 0,5 l	0,50	6,10	12.200.000
Dose Bier 0,25 l	0,25	0,04	178.800
Dose Bier 0,33 l	0,33	5,36	16.242.424
Dose Bier 0,5 l	0,50	198,10	396.200.000
Dose Bier 5l	5,00	1,45	290.000
Summe Bier		273,94	615.686.982
PET-EW-Wasser 1,5 l	1,50	547,30	364.866.667
PET-EW-Wasser 1,0 l	1,00	51,06	51.060.000
PET-EW-Wasser 0,5 l	0,50	37,10	74.200.000
EW-Glas -Wasser 0,7 l	0,70	2,52	3.600.000
Summe Wasser		637,98	493.726.667
PET-EW-Limo 2,5 l	2,50	10,10	4.040.000
PET-EW-Limo 2,0 l	2,00	119,40	59.700.000
PET-EW-Limo 1,5 l	1,50	392,30	261.533.333
PET-EW-Limo 1,0 l	1,00	20,90	20.900.000
PET-EW-Limo 0,75 l	0,75	21,30	28.400.000
PET-EW-Limo 0,5 l	0,50	117,50	235.000.000
PET-EW-Limo 0,33 l	0,33	0,10	303.030
PET-EW-Limo 0,20 l	0,20	2,60	13.000.000
Summe PET-EW-Limo		684,20	622.876.364
Dose Limo 0,5 l	0,50	3,33	6.660.000
Dose Limo 0,33 l	0,33	69,35	210.151.515
Dose Limo 0,25 l	0,25	98,09	392.360.000
GVK Limo 1,0 l	1,00	6,81	6.810.000
GVK Limo 2,0 l	2,00	17,22	8.610.000
Summe Limo sonstige		194,80	624.591.515
Summe Limo		879,00	1.247.467.879
PET-EW-Saft 1,5 l	1,50	18,78	12.520.000
PET-EW-Saft 1,0 l	1,00	46,95	46.950.000
PET-EW-Saft 0,75 l	0,75	28,17	37.560.000
Dosen Saft 0,33 l	0,33	1,30	3.939.394
Glas-EW-Saft 0,33 l	0,33	2,36	7.151.515
GVK Saft 1,0 l	1,00	225,03	225.030.000
Summe Saft		322,59	333.150.909
GVK Frischmilch 1 l	1,00	400,00	400.000.000
GVK Frischmilch 0,5 l	0,50	59,00	118.000.000
GVK Mischmilch 0,5 l	0,50	22,00	44.000.000
GVK Obers/Rahm 0,25 l	0,25	19,00	76.000.000
PET-EW-Frischmilch 1,0 l	1,00	10,00	10.000.000
PET-EW-Mischmilch 0,5 l	0,50	29,00	58.000.000
Glas-EW-Obers/Rahm 0,5 l	0,50	19,00	38.000.000
Becher Obers/Rahm 0,25 l	0,25	19,00	76.000.000
Summe Milch		577,00	820.000.000
Sekt, Spirituose Glas-EW 0,7 l	0,70	55,00	78.571.429
Glas-EW-Wein 1,0 l	1,00	43,20	43.200.000
Glas-EW-Wein 0,7 l	0,70	146,40	209.142.857
Glas-EW-Wein 0,5 l	0,50	9,60	19.200.000
GVK Wein 1,0 l	1,00	4,80	4.800.000
Summe Wein		204,00	276.342.857
Summe EW für Wässer, Bier, Limo, Säfte, Milch, Wein, Sekt/Spirituosen		2.265,31	3.864.946.722

DAS ÖKOBONUS-MODELL

Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme

Daten 2008	Füllgröße in Liter	Absatzvolumen Mio. Liter	Gebinde in Stück
Glas-EW		347,07	601.641.558
Dosen-EW		377,02	1.026.022.133
PET-EW		1.460,39	1.240.473.066
GVK-EW		753,86	883.250.000
Becher-EW		19,00	76.000.000
Summe Einweg		2.957,34	3.827.386.758
Glas-MW Bier 0,5 l	0,50	390,00	780.000.000
Glas-MW Wasser 1 l	1,00	142,00	142.000.000
PET-MW Wasser 1,5 l	1,50	8,00	5.333.333
Glas-MW Limo 1 l	1,00	52,00	52.000.000
PET-MW Limo 1,5 l	1,50	44,00	29.333.333
Glas-MW Saft 1 l	1,00	23,00	23.000.000
Glas-MW-Wein 1 l	1,00	20,00	20.000.000
Glas-MW-Wein 2 l	2,00	20,00	10.000.000
Summe Mehrweg		699,00	1.031.666.667

Abbildung 12: Detaildaten für das Jahr 2008 ohne Fass-, Tank- und Containerware

10.5 Packungsmix 2007

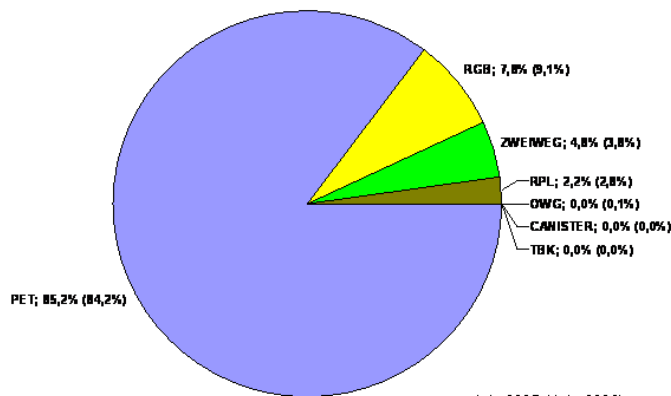


Packungsmix Mineralwasser (exkl. NW)



Mineralwasser wird zu rund 85% im PET Gebinde, zu 8% im RGB, zu 5% im Zweiweg und zu rund 2% im RefPET Gebinde verkauft.

Die Mehrweggebinde RGB und RefPET zeigen seit Jahren kontinuierliche Anteilsrückgänge.



Gebinde	Jahr 2006						Jahr 2007					
	Menge k.	Wert	Preis/lt	Preisindex	Dis. gew.	Anteil	Menge k.	Wert	Preis/lt	Preisindex	Dis. gew.	Anteil
PET	420.896.597	123.974.604	0,295	98%	98	84,2%	432.131.338	128.727.662	0,298	98%	98	85,2%
RGB	46.336.279	13.104.675	0,289	96%	99	9,1%	39.449.276	11.709.884	0,297	98%	67	7,8%
ZWEIWEG	18.938.374	7.012.997	0,370	124%	87	3,8%	24.265.890	9.096.529	0,375	123%	88	4,8%
RPL	14.160.151	5.467.077	0,386	129%	88	2,8%	11.329.648	4.407.102	0,389	128%	86	2,2%
OIWG	305.668	167.692	0,548	183%	21	0,1%	159.990	121.478	0,759	250%	23	0,0%
CANISTER	69.923	12.222	0,175	58%	1	0,0%	5.986	848	0,142	47%	1	0,0%
TBK	622	623	1,193	398%	4	0,0%	23	24	1,043	344%	0	0,0%
MW	498.703.388	149.735.387	0,30	100%	100	100,0%	507.334.292	154.057.143	0,30	100%	100	100,0%

Quelle: ACNielsen LH Total, Year 2007 (till wk 49/07)

DAS ÖKOBONUS-MODELL

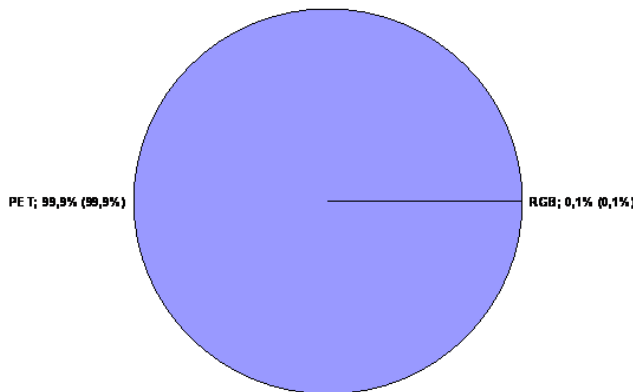
Sicherung und Optimierung der Mehrweg-Getränkeverpackungssysteme



Packungsmix Near Water



Nahezu das gesamte Absatzvolumen in der Kategorie Near Water entfällt auf das PET Gebinde. Der verbleibende Rest wird im RGB Gebinde angeboten und beinhaltet vorwiegend Gastro-Kleinpackungen.



Jahr 2007 (Jahr 2006)

Gebinde	Jahr 2006						Jahr 2007					
	Menge k.	Wert	Preis/lt	Preisindex	Dis. gew.	Anteil	Menge k.	Wert	Preis/lt	Preisindex	Dis. gew.	Anteil
PET	51.820.809	53.939.960	1,041	100%	98	99,9%	53.508.248	56.104.057	1,049	100%	98	99,9%
RGB	31.240	12.024	0,385	37%	4	0,1%	37.689	15.665	0,416	40%	4	0,1%
NW	51.851.849	53.951.984	1,04	100%	98	100,0%	53.545.937	56.119.722	1,05	100%	98	100,0%

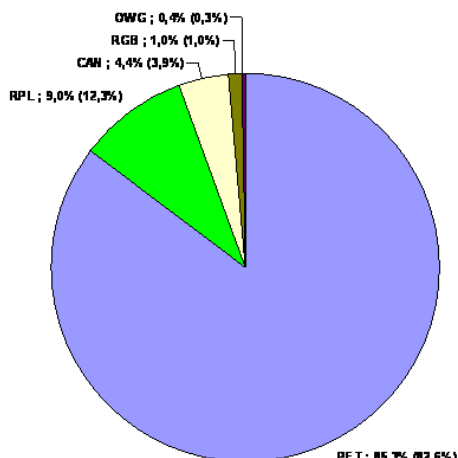
Quelle: ACNielsen LH Total, Year 2007 (till wk 49/07)



CSD Packungsmix



In der Kategorie Limonaden entfällt der überwiegende Absatzanteil auf das PET Gebinde gefolgt von einer starken Marktstellung des RefPET Gebindes. Die Mehrweggebilde RefPET und RGB verlieren gegenüber allen anderen Einweggebilden kontinuierlich an mengenmäßigen Marktanteil.



Jahr 2007 (Jahr 2006)

Gebinde	Jahr 2006						Jahr 2007					
	Menge k.	Wert	Preis/lt	Preisindex	Dis. gew.	Anteil	Menge k.	Wert	Preis/lt	Preisindex	Dis. gew.	Anteil
PET	241.088.601	162.993.065	0,676	93%	100	82,6%	243.900.917	172.670.317	0,708	94%	100	85,3%
RPL	35.811.499	28.708.069	0,802	111%	93	12,3%	25.880.084	22.057.833	0,852	113%	93	9,0%
CAN	11.309.013	15.015.977	1,328	183%	92	3,9%	12.512.702	16.344.600	1,306	173%	92	4,4%
RGB	2.972.053	2.321.866	0,781	108%	9	1,0%	2.726.488	2.187.560	0,802	106%	8	1,0%
OWG	853.819	2.345.344	2,747	379%	92	0,3%	1.040.021	2.799.212	2,691	356%	95	0,4%
CSD	292.034.985	211.384.321	0,724	100%	100	100,0%	296.060.212	216.059.522	0,755	100%	100	100,0%

Quelle: ACNielsen LH Total, Year 2007 (till wk 49/07)

Abbildung 13: Packungsmix 2007