

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/22521/1608282/mehrweg-ist-klimaschutz-allianz-fuer-mehrweg-stellt-kampagne-2010-vor> abgerufen werden.

Deutsche Umwelthilfe e.V.

Mehrweg ist Klimaschutz: Allianz für Mehrweg stellt Kampagne 2010 vor

05.05.2010 - 10:15 Uhr, Deutsche Umwelthilfe e.V.

Berlin (ots) - Gemeinsame Pressemitteilung

Mehr als 5.000 Getränkefachhändler wollen sich an der Kampagne "Mehrweg ist Klimaschutz" beteiligen - Der Kinofilm "Plastic Planet" hat eine gesellschaftliche Debatte über die Gesundheits- und Umweltgefahren der zunehmenden Plastifizierung der Getränkeverpackungen ausgelöst - Allianz für Mehrweg zeigt, mit welchen Tricks die Einwegdosen- und Plastikflaschenhersteller die Wegwerfverpackungen ökologisch schönrechnen lassen

Mehrwegflaschen schonen natürliche Ressourcen, vermeiden Verpackungsmüll und tragen wesentlich zu Klima- und Umweltschutz bei. Die "Allianz für Mehrweg" startet mit mehr als 5.000 teilnehmenden Partnern ihre diesjährige Kampagne "Mehrweg ist Klimaschutz" mit neuem Motiv. Die Kampagne informiert Verbraucher mit Informationsbroschüren, Plakaten und Videos über die umwelt- und klimaschonenden Eigenschaften von Mehrwegflaschen. "Mit der Entscheidung für Mehrweggetränke vor allem von regionalen Abfüllern kann jeder Verbraucher an der Ladenkasse abstimmen - für den Klimaschutz, für eine unvermüllte Landschaft und für die Gesundheit", sagte Jürgen Resch, Bundesgeschäftsführer der Deutschen Umwelthilfe e.V. (DUH). "Der Kinofilm 'Plastic Planet' hat erstmals eine breite gesellschaftliche Diskussion über die Gefahren der zunehmenden Plastifizierung unserer Warenwelt und hier vor allem der zunehmenden Ausbreitung von Plastik-Wasser und Plastik-Brause ausgelöst."

"Regionale Wirtschaftskreisläufe im Mehrwegsystem sichern bundesweit 170.000 Arbeitsplätze, die zudem nicht exportierbar sind", sagte Günther Guder, Geschäftsführender Vorstand des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels. "Mehrweg in regionalen Wirtschaftskreisläufen verursacht weniger Transporte und damit weniger CO2-Emissionen - der Griff zum Mehrwegkasten macht deswegen Sinn und wir unterstützen den Verbraucher in seiner klimafreundlichen Kaufentscheidung." Die Umsetzungen der Kampagne "Mehrweg ist Klimaschutz" 2009 in Anzeigen, Kundenmagazinen, Verkaufsaktionen und sogar auf Fahnen, Transparenten und als Lackierung auf Fahrzeugen der Getränkehändler zeigen das große Engagement und die Identifikation des Getränkehandels mit dem Klimaschutz in mehr als 5.000 Getränkefachmärkten. "Im vierten Jahr unserer Kampagne 'Mehrweg ist Klimaschutz' haben wir den Kaiserpinguin als Symbol gewählt, der am Südpol ebenso von der Gletscherschmelze bedroht ist, wie der Eisbär auf der Nordhalbkugel", sagte Guder.

Die Allianz für Mehrweg fordert zusätzlich zum Pflichtpfand die schnellstmögliche Einführung einer Lenkungsabgabe auf Einweggetränkeverpackungen, deren Erlös in klimafreundliche Mehrwegsysteme investiert werden könnte. "Das Einwegpfand hat zur Stabilisierung des Mehrwegsystems beigetragen, wird aber langfristig allein nicht ausreichen", sagte Roland Demleitner, Geschäftsführer des Verbandes Private Brauereien Deutschland e.V. "Deshalb ist die zusätzliche Erhebung einer Lenkungsabgabe von mindestens 20 Cent auf ökologisch nachteilige Einweggetränkeverpackungen ein notwendiger Schritt der Mehrwegförderung." Die Bevölkerung stehe hinter einer solchen Maßnahme, wie eine Mitte April 2010 veröffentlichte Forsa-Umfrage im Auftrag der Getränkekartonindustrie gezeigt habe. "80 Prozent der Deutschen befürworten eine Umweltabgabe für Einwegflaschen", sagte Demleitner. "Drei Viertel der Befragten können sich sogar vorstellen, dass Hersteller von umweltbelastenden Getränkeverpackungen eine solche Abgabe zusätzlich zum Pfand zahlen. Der Bürger ist also schon viel weiter als große Teile der Politik, wenn es um die Schonung von Ressourcen und den Klimaschutz geht."

Sieben Jahre nach Einführung des Einwegpfandes können fast die Hälfte der Verbraucher umweltfreundliche Mehrwegflaschen nicht von bepfandeten Einwegflaschen unterscheiden. "Kein Wunder", kritisiert Sepp Gail, Vorsitzender des Verbandes des Deutschen Getränke-Einzelhandels. "Verbraucher werden gezielt mit irreführenden Angaben auf den Einwegflaschen verwirrt. Nachdem sie jahrzehntelang gelernt haben, dass Pfand auch Mehrweg bedeutet, schreiben viele Einwegabfüller bewusst 'Pfandflasche' aufs Etikett." Damit die Kunden sich für die eigentlich gewollte Mehrwegflasche entscheiden können, sei eine eindeutige Kennzeichnung von Einweg und Mehrweg unbedingt notwendig. Die Allianz für Mehrweg begrüßt daher ausdrücklich die Empfehlung des bifa Umweltinstitutes, die Pfandpflicht auf alle Getränkebereiche auszuweiten. "Unsere Kunden haben kein Verständnis dafür, dass PET-Einwegflaschen einmal mit Pfand verkauft werden und einmal ohne, nur wenn ein anderer Inhalt in der scheinbar selben Flasche ist", sagte Gail.

Die Hersteller der Plastik-Einwegflaschen lassen ihre Einwegverpackungen mit Studien schönrechnen. Resch warnte davor, das weltweit einzigartige Mehrwegsystem in Deutschland, die damit einhergehende Getränkevielfalt und eine mittelständisch geprägte Unternehmenskultur, den "Geschäftsinteressen weniger Getränkekonzerne und Plastikherstellern zu opfern". Mit immer niedrigeren Kampfpreisen für Wasser in Plastikflaschen überschwemmen vor allem die Discounter

die Getränkemärkte und verdrängen damit die überwiegend in Mehrweg abfüllenden, 180 regionalen Mineralbrunnen. Und wie nahezu jedes Jahr versucht die Einwegindustrie, ihre Wegwerfprodukte mit Studien schönrechnen zu lassen.

Nachdem sich bereits die Dosenhersteller 2006 von einem für die Getränkeindustrie arbeitenden Institut haben bestätigen lassen, dass Dosen so gut wie Mehrwegverpackungen seien, hat nun auch die Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e.V. Einwegflaschen aus Kunststoff adeln lassen. Einer kritischen Überprüfung halte die Ökobilanz der Plastikflaschen jedoch nicht stand. "In einer Getränke-Ökobilanz spielen die Annahmen und die Auswahl der zu vergleichenden Gebinde eine entscheidende Rolle", sagte Resch. "In der vorliegenden Plastikflaschen-Ökobilanz wurden die leichtesten, mit 1,5 Liter größten Einwegflaschen aus der modernen Abfüll-Logistik mit den ältesten, nur 0,7 Liter großen Mehrwegperlenflaschen verglichen. Die Gewichte der Einwegflaschen sind gezielt schöngerechnet. Ausländische Mineralwässer in Einwegflaschen tauchen gar nicht auf, obwohl sie bei stillen Mineralwässern Marktführer sind und besonders viel Plastik enthalten. Ebenso werden Markenprodukte ignoriert - mit gutem Grund: Messungen der DUH zeigen, dass die Plastikflaschen um bis zu 40 Prozent schwerer sind, als in der Ökobilanz angenommen", sagte Resch.

Die DUH hat unter anderem die in der Studie gemachten Annahmen zum Flaschengewicht geprüft. Das Ergebnis: Die im Handel erhältlichen Plastik-Einwegflaschen sind in Wirklichkeit deutlich schwerer, als in der Studie angenommen. Die 1,5 Liter Plastik-Einwegflaschen für Mineralwasser und kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke von Discountern wiegen durchschnittlich 6 Prozent mehr, als in der Ökobilanz berücksichtigt. Das Mehrgewicht für 0,5 Liter Plastik-Einwegflaschen für stilles Mineralwasser von Discountern beträgt nach den DUH-Messungen sogar durchschnittlich 15 Prozent mehr als in der Studie angenommen. Die Diskrepanz bei den Plastik-Einwegflaschen für kohlesäurehaltige Erfrischungsgetränke und Mineralwasser von Markenherstellern ist noch deutlich größer: Diese sind zwischen 17 und 44 Prozent schwerer als in der Ökobilanz verbreitet.

Die Allianz für Mehrweg fordert die Bundesregierung zu einer kritischen Bewertung der von der Industrie in Auftrag gegebenen Studien und zu einem klaren Bekenntnis für das klimafreundliche Mehrwegsystem auf. Denn die Ziele der Verpackungsverordnung sind eindeutig: Verpackungsabfälle sind in erster Linie zu vermeiden. Dieses Ziel erfüllen nur Mehrwegverpackungen.

Grundsätzlich begrüßt die Allianz für Mehrweg die Empfehlungen des Augsburger bifa Umweltinstituts, das am 3.5.2010 in Dessau die Studie des Mehrwegsystems vorgestellt hat. Die bifa-Studie empfiehlt zur Stärkung der ökologisch vorteilhaften Mehrwegsysteme drei Maßnahmen: Eine Werbekampagne für Mehrweg, eine verbesserte Kennzeichnung von Einweg- und Mehrwegflaschen sowie eine Ausweitung der Einwegpfandpflicht auf weitere Getränkesegmente. Das allerdings genügt nach Ansicht der Allianz für Mehrweg nicht. Notwendig sei die Einführung einer Lenkungsabgabe auf alle Einweggetränkeverpackungen.

Pressekontakt:

Jürgen Resch, Bundesgeschäftsführer, Deutsche Umwelthilfe e.V.,
Hackescher Markt 4, 10178 Berlin, Mobil: 0171 3649170, Fax: 030 2400
867-19, E-Mail: resch@duh.de

Günther Guder, Geschäftsführender Vorstand des Bundesverband des
Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V., Monschauer Straße 7, 40549
Düsseldorf, Tel.: 0211 683938, Fax: 0211 683602, Mobil: 0172
2424950, E-Mail: guder@bv-gfgh.de

Roland Demleitner, Geschäftsführer des Verbandes Private Brauereien
Deutschland e.V., Rheinstr. 11, 65549 Limburg, Tel.: 06431 52048,
Fax: 06431 53612, Mobil: 0171 5311444, E-Mail:
info@private-brauereien-deutschland.de

Sepp Gail, Vorsitzender des Verbandes des Deutschen
Getränke-Einzelhandels, König-Heinrich-Str. 22, 81925 München, Tel.:
089 99884474, mobil: 0172 8906670, E-Mail: getraenkeverband@aol.com

Ulrike Fokken, Sprecherin Politik & Presse, Deutsche Umwelthilfe
e.V., Hackescher Markt 4, 10178 Berlin, Tel.: 030 2400867-86, 0151
55017009, fokken@duh.de

Originaltext: Deutsche Umwelthilfe e.V.
Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/22521/deutsche-umwelthilfe-e-v>
Pressemappe als RSS: http://presseportal.de/rss/pm_22521.rss2