

Am Ziel vorbei: EU-Vorstellungen für Verschlüsse

Ein Richtlinienentwurf der EU-Kommission mit Vorschlägen für Einweg-Kunststoffe bzw. „single-use plastics“ gibt Anlass zur Diskussion. Dabei stehen in den Medien derzeit geplante Verbote von Wattestäbchen, Strohhalmen und Kunststoff-Besteck im Vordergrund. Allerdings hat auch unsere Branche allen Grund, sich mit Nachdruck diesem Kommissionsvorschlag zuzuwenden. Hier führen Regulierungsideen für Deckel bzw. Verschlüsse zu großen Irritationen.

Dabei geht es mit Blick auf die potenziellen Folgen um sehr weitgreifende Maßnahmen: Gebinde sollen, sofern deren Verschlüsse und Deckel zum erheblichen Teil aus Kunststoff bestehen, nur noch dann in Verkehr gebracht werden dürfen, „wenn diese Verschlüsse und Deckel während der für das Produkt vorgesehenen Verwendungsdauer am Behälter befestigt bleiben“. Erwartet wird eine feste, nicht auflösbare Verbindung der Deckel mit dem Flaschenkörper, damit diese bei der Nutzung von Konsumenten nicht mehr abgelöst werden können. Betroffen wären nur PET-Getränkeflaschen, nicht jedoch andere Verpackungen.

Wir haben diesen Vorschlag in der öffentlichen Konsultation aus zahlreichen Gründen nachdrücklich als nicht sachgerecht und unverhältnismäßig kritisiert. So ist schon im Ausgangspunkt mehr als fragwürdig, ob bzw. wie dieser einen zielführenden relevanten Beitrag zur Vermeidung von „Marine Litter“ bzw. zur berechtigten Zielsetzung des Meeresschutzes leisten kann. Das Ergebnis der hierzu in Bezug genommenen Studie der Gemeinsamen Forschungsstelle der EU-Kommission (JRC) zu an den Stränden der Mitgliedsstaaten gefundenen Plastikteilen rechtfertigt dieses Konzept unseres Erachtens mit Blick auf die dort zusammengestellten Daten jedenfalls nicht.

Bemerkenswert und bezeichnend ist ebenso, dass sich die Kommission nicht zu den aus Sicht von Praktikern damit zwangsläufig angesprochenen Fragen über die Auswirkungen auf die Produktsicherheit (vor allem bei CO₂-haltigen Getränken), die Hygiene sowie des erhöhten Materialverbrauchs äußert. Offen bleibt nicht zuletzt, ob bzw. wie diese Idee in der Produktion und bei der Anwendung technisch verlässlich umgesetzt werden kann. Aber selbst wenn man Sinnhaftigkeit und Machbarkeit einmal außen vor lässt: Eine solche weitgehende neue Vorgabe erfordert unvermeidlich die vollständige, kostenintensive Umstellung der Produktionsabläufe.

Damit fehlt es nach unserer Wahrnehmung bislang zu diesen Überlegungen an jeder umfassenden Abwägung über Aufwand, Kosten und tatsächlichem Nutzen. Die bisherigen Erkenntnisse zum Status quo legen für Deutschland übrigens nahe, dass ungefähr 95 Prozent der bepfandeten (Einweg-)Getränkeflaschen von den Verbraucherinnen und Verbrauchern mit Deckel zurückgegeben werden. Der Vorgang bietet allen Anlass für den eindringlichen Appell an EU-Kommission, EU-Parlament und Mitgliedsstaaten, vorliegend die Herausforderungen einer in Brüssel immer wieder postulierten „besseren Gesetzgebung“ (better regulation) praktisch anzunehmen. Die sorgfältige Prüfung der Verhältnismäßigkeit mit Blick auf die Erforderlichkeit, Geeignetheit und Angemessenheit gehört als Rechtsprinzip aus guten Gründen zu den Eckpfeilern der Bewertung staatlicher Eingriffe. Vorliegend ist eine solche Prüfung und Bewertung nachzuholen und der vorgelegte Vorschlag noch einmal im Grundsatz zu überdenken.



Dr. Detlef Groß
Hauptgeschäftsführer

wafg hält EU-Vorschläge zu Deckeln und Verschlüssen für nicht zielführend

Die wafg hat sich im Rahmen einer öffentlichen Konsultation ausführlich und kritisch zum Entwurf der EU-Kommission für eine Richtlinie über die Verringerung der Auswirkungen bestimmter Kunststoffprodukte auf die Umwelt geäußert. In der Stellungnahme lehnt die wafg insbesondere die von der EU-Kommission überraschend vorgeschlagenen Pläne zur besonderen Regulierung von Deckeln bzw. Verschlüssen von Getränkeverpackungen ab. Diese sind aus Sicht der Branche nicht nur unverhältnismäßig, sondern auch in bestimmten Bereichen gar nicht umsetzbar. Daher hat die wafg eine eingehende Überprüfung dieser Vorschläge auf Erforderlichkeit, Geeignetheit und Angemessenheit gefordert.

Einweg-Getränkeverpackungen aus Kunststoff, sofern „deren Verschlüsse und Deckel zu einem erheblichen Teil aus Kunststoff bestehen“, sollen nach diesen Überlegungen zukünftig – so Artikel 6 des Richtlinienentwurfes – „nur in Verkehr gebracht werden, wenn diese Verschlüsse und Deckel während der für das Produkt vorgesehenen Verwendungsdauer am Behälter befestigt bleiben“. Bereits im Ausgangspunkt hat die wafg grundlegende Zweifel, ob hierdurch – wie von der EU-Kommission postuliert – überhaupt ein signifikanter Impuls zur Reduzierung von sogenanntem „Marine Litter“ gesetzt werden kann. Ebenso fraglich ist, auf welcher sachlichen Grundlage diese Überlegungen fußen – denn die Erhebung zur praktischen Relevanz mit Blick auf relevante Einträge stützt diese Entwicklung aus Sicht der wafg nicht. Last but not least erscheint der aktuelle Ansatz schon auf den ersten Blick ebenso diskriminierend in der Ausgestaltung der angedachten Regelungen mit Blick auf andere Verpackungen. Die Stellungnahme erläutert dabei ausführlich die sachlichen Kritikpunkte an den Schnittstellen zur Gewährleistung der Produktsicherheit und der (Produkt-)Hygiene. Hinzu kommt, dass diese For-

Kontakt:

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V.
Telefon: +49 (0) 30/25 92 58-0
E-Mail: mail@wafg.de
Internet: www.wafg.de

derung in der Konsequenz zu einem deutlich erhöhten Materialverbrauch führen würde. Besonders fragwürdig erscheint der Vorstoß, da es derzeit auch keine technisch etablierte Lösung für dessen betriebliche Umsetzung gibt. Die Forderung wäre für alle betroffenen Unternehmen auf jeden Fall mit

grundlegenden und unverhältnismäßig kostenintensiven Änderungen der Produktionsanlagen verbunden – sodass sich eine solche Entwicklung nach Einschätzung der wafg relevant auf die Erhöhung der Endverbraucherpreise auswirken dürfte, ohne dass damit ein ökologisch relevanter Mehrwert verbunden

wäre. Die wafg erinnert dabei an die in Deutschland durchgängige Rückgabe bei bepfandeten PET-Flaschen, die gleichermaßen im Einweg- wie im Mehrwegbereich nahezu immer mit Deckeln zurückgeführt werden (siehe weiterführend die auf unserer Homepage unter www.wafg.de abrufbare Position).

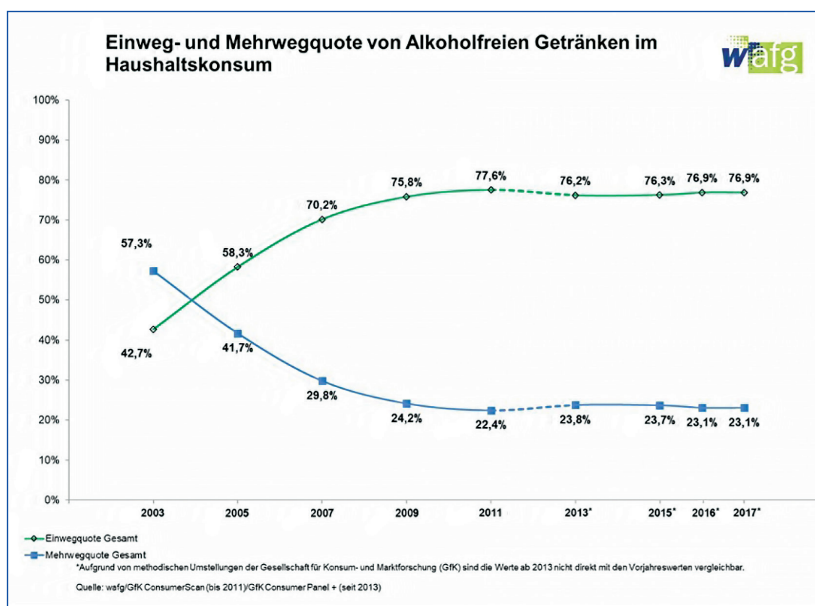
Haushaltsverbrauch: Überwiegend Kontinuität bei Verpackungs- und Vertriebsstrukturen

Mehrweg und Einweg: Langjährige Stabilität

Der Einweg- und Mehrweganteil bei Getränkeverpackungen zeigt sich bei alkoholfreien Getränken im Haushaltskonsum nach den Erhebungen von GfK Consumer Panel im Jahr 2017 weiterhin stabil.

Auf dieser Datengrundlage ergeben sich bei Verpackungen für alkoholfreie Getränke (AfG) wie im Vorjahr ein Einweganteil von 76,9% und ein Mehrweganteil von 23,1%.

Erneut bestätigt sich damit der inzwischen seit vielen Jahren bestehende Trend zu einem insgesamt stabilen Verhältnis von Einweg und Mehrweg im Haushaltsverbrauch. Dabei liegt klassischerweise der Mehrweganteil in anderen Vertriebschienen – etwa der Gastronomie – deutlich höher. Bei Verbraucherinnen und Verbrauchern beliebtestes Gebinde für alkoholfreie Getränke bleibt trotz eines leichten Rückganges die 1,5-Liter-PET-Einwegflasche mit einem Marktanteil von 48,6% (2016: 49,6%). Die 0,5-Liter-PET-Einwegflasche gewinnt geringe Marktanteile, die 1,0-Liter-PET-Einwegflasche bleibt auf Vorjahresniveau. Die Marktbedeutung der PET-Mehrweg-Gebinde zeigt sich gegenüber dem Vorjahr nur marginal rückläufig (2017: 12,7%, 2016: 12,8%). Dabei bleibt in diesem Verpackungssegment die 1,0-Liter-PET-Mehrwegflasche meistgekauftes Gebinde.



Positiv entwickelt sich in der gesamten Jahresbetrachtung der Marktanteil von Glas-Mehrwegverpackungen (2017: 10,4%, 2016: 10,3%), wobei hier weiterhin bei alkoholfreien Getränken die 0,7-/0,75-Liter-Gebinde die größte Marktbedeutung haben.

Kartonverpackungen (2017: 4,5%, 2016: 4,4%) und Dosen (2017: 0,9%, 2016: 0,8%) liegen jeweils nach Marktanteilen leicht über dem Vorjahr.

AfG-Vertriebsschienen: Marktanteile weiter stabil

Die von GfK Consumer Panel untersuchte Vertriebssituation von alkoholfreien Getränken ist 2017 ebenfalls durch Kontinuität geprägt.

Die Discounter bleiben demnach mit einem Marktanteil von 49,8% (2016: 49,7%) auf nahezu unverändertem Niveau dominierender Vertriebskanal. Der Bereich „LEH Vollsortimenter Food“ kann seine Position als nach dem Discount relevanteste Vertriebsschiene für alkoholfreie Getränke weiter ausbauen (2017: 27,3%, 2016: 26,9%). Dagegen zeigen sich bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern (2017: 15,0%, 2016: 15,2%) und Getränkemarkt (2017: 5,8%, 2016: 6,1%) die Marktanteile wie im Vorjahr rückläufig.

Ergänzendes Datenmaterial zur Entwicklung der Verpackungsstrukturen und Vertriebschienen bei Alkoholfreien Getränken im Haushaltsverbrauch für 2017 finden Sie bei Interesse in unserer korrespondierenden Pressemitteilung unter www.wafg.de.