



Große Vielfalt, großes Chaos? Nach einer Untersuchung von TNS Emnid hat jeder zweite Verbraucher in Deutschland Schwierigkeiten, Einweg- und Mehrwegflaschen zu unterscheiden.

Foto: Sascha Kopp

## Eine Frage der Flasche

**MARKTFORSCHUNG** Art der Verpackung aber nur selten Kaufargument / Ökobilanzen sollen anspruchsvoller werden

Von Christiane Stein

**MAINZ.** Jürgen Heinisch ist einer der beiden Chefs der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung und kennt sich mit Dingen wie Mehrweganteil, Recycling-Quote, „ökologisch vorteilhafter Einwegverpackung“ oder Abfallaufkommen bestens aus. Er müsste also eigentlich der richtige Mann dafür sein, um eine einfache Frage zu beantworten: Ist es besser, Getränke in Einwegverpackungen oder in Mehrweg-Flaschen zu kaufen? Doch der Experte sagt: Mehrweg hat viele Vorzüge, aber es kommt darauf an...

Und es kommt oft

tenbar auf Vieles an. Was ich kaufe, wo ich kaufe und wo das Gekaufte abgefüllt bzw. produziert wurde. Auch das Warum – also warum diese Marke und keine andere – spielt eine Rolle. Denn nach Auskunft des Experten ist eine Getränkeverpackung längst viel mehr als ein Mittel, um Flüssigkeiten von A nach B zu transportieren. Die ökologische Seite sei nur ein einzelner Aspekt in der Gesamtbetrachtung: „Die Verpackung dient der Unterstützung eines Produkts im Verkauf“, sagt Hei-

### NEUE KRITERIEN FÜR ÖKOBILANZEN

- Die Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung (GVM) mit Sitz in Mainz erarbeitet neue Kriterien für Getränke-Ökobilanzen. Auftraggeber ist das **Umweltbundesamt**. Die Untersuchungen sollen höhere, einheitliche Mindestanforderungen erfüllen und müssen deshalb methodisch anspruchsvoller werden als frühere Bilanzen.
- Nach Auskunft von GVM-Geschäftsführer Jürgen Heinisch wird den Wirtschaftsbeteiligten damit ein klarer Rahmen vorgegeben. Alle Aspekte im **Lebensweg der Verpackung** sind davon berührt: Herstellung, Abfüllung, Transporte... Bei Einwegspiele beispielsweise das Flaschengewicht und das Recycling eine große Rolle, bei Mehrweg sei

nisch, dessen Unternehmen seinen Sitz in Mainz hat und der seit 20 Jahren Studien und Untersuchungen für das Umweltbundesamt erstellt. Inzwischen habe zudem der Handel immense Macht: „Bei Eigenmarken gibt es ganz klare Vorgaben, in welchen Verpackungen die Produkte geliefert werden müssen.“ Hingegen sei der Getränkefachhandel stark mehrweg-orientiert und nutze, dass der Kunde noch einmal wiederkomme, um seine Kisten zurückzubringen – und meist auch wieder neue mitzunehmen.

Nur sehr selten ist nach Einschätzung Heinischs Einweg oder Mehrweg das entscheidende Argument für oder gegen den Kauf eines Produkts: „Hingegen ist der Preis immer ein sehr starkes Motiv“, sagt der Diplom-Soziologe. Gerade bei Mineralwasser seien die Unterschiede erheblich, da könne man wenige Cent für einen Liter oder auch fast einen Euro bezahlen. „Außerdem spielt es eine Rolle, wie stark sich eine Marke präsentiert“, betont Heinisch.

In der Verpackungsverordnung des Bundes steht das Ziel, dass bei Massenge tränken in Deutschland mindestens acht von zehn Einheiten in Mehrweg- oder in sogenannten „ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen“ umgesetzt werden sollen. Als ökolo-

gisch vorteilhaft werden drei Einweg-Getränkeverpackungen eingestuft, die pfandfrei in Umlauf gebracht werden dürfen: Folien-Standbodenbeutel (zum Beispiel als Capri-Sonne im Handel), Polyethylen-Schlauchbeutel (bei Milch zu finden) und Getränkekartonverpackungen (oft auch wegen eines großen Herstellers als Tetra-Pak bezeichnet).

Wie viel Getränke tatsächlich in Mehrweg oder in den drei genannten Einweg-Verpa-

» Die Bepfandung von Einweg-PET-Flaschen und Dosen hat zu hohen Rücklaufquoten mit sortenreinen und wenig verschmutzten Produkten geführt. Das Einweg-Pfand ist auch deshalb eine Erfolgsgeschichte, weil das Littering (Vermüllung der Landschaft) deutlich zurückgegangen ist.«

JÜRGEN HEINISCH, Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung

ckungen konsumiert werden, bildet die sogenannte „Möve“-Quote ab. Sie ist seit Jahren rückläufig. 2010 lag die Möve-Quote bei 50,1 Prozent, zwei Jahre zuvor noch bei 52,6 Prozent. Am besten funktioniert

auch die tatsächliche Umlaufquote für die ökologische Bewertung extrem wichtig. „Es macht natürlich einen großen Unterschied, ob die Flaschen zehn oder 40 Mal wiederbefüllt werden“, sagt Heinisch.

► Die neuen methodischen Vorgaben für Ökobilanzen sollen **Ende 2014** vorliegen.

das System nach wie vor bei Bier. Die Möve-Verpackungen erreichen in diesem Segment 88,2 Prozent. „Die Stabilität des Mehrweg-Sektors Bier liegt vor allem darin begründet, dass der Bierabsatz in Kunststoffflaschen weitgehend auf Discounter beschränkt ist“, erklärt Heinisch. Anders sieht es bei alkoholfreien Getränken aus: „Hier sind Einweg-PET-Flaschen heute das vorherrschende Packmittel“, sagt der Experte. PET-Flaschen hätten in diesem Segment längst große Bedeutung über die Discounter hinaus in allen Vertriebsketten und stünden nicht mehr nur als Synonym für Billigangebote. Bei Mineralwasser liegt der Anteil der Möve-Verpackungen bei

Im vergangenen Jahr wurden einer Marktschätzung zufolge **8,1 Milliarden** Papierbecher als Service- oder Haushaltsverpackungen verbraucht – am häufigsten für Heißgetränke (fast **4 Milliarden** Becher). Pfandpflicht gibt es in diesem Segment nicht.

Das Lieblingswasser der Deutschen ist nach wie vor **Mineralwasser mit Kohlensäure**.

43 Prozent. Also weit mehr als die Hälfte wird inzwischen über – pfandpflichtige, aber nicht wiederbefüllbare – PET-Flaschen verkauft.

Wer ökologisch vorbildlich handeln will, muss heutzutage offenbar mehr leisten, als im Supermarkt nach der bepandeten Mehrwegflasche zu greifen: „Die Logiken brechen sich aneinander“, sagt Heinisch. So sei die Glas-Mehrwegverpackung für Bier in vielen Fällen sinnvoll, aber nicht mehr, wenn sie theoretisch leer zurück nach Spanien transportiert werden müsse, um dort gespült und wiederbefüllt zu werden.

Unter Umweltaspekten seien kurze Transportwege wichtig, demnach vor allem der Kauf regionaler Produkte vorteilhaft. „Eine anspruchsvolle Ökobilanz muss aber nicht nur die Transportstrecke berücksichtigen, sondern auch den Herstellungsprozess der Verpackungen und die Abfüllung in den Fabriken“, sagt Heinisch. Was ressourceneffizient hergestellt werde, sei langfristig auch ökologisch sinnvoll. „Es kann zum Beispiel schon einen Fortschritt bedeuten, wenn die Flaschenreinigungsanlage mit zwei bis drei Grad kühlerem Wasser betrieben wird“, sagt Heinisch.

Es sei allerdings nicht einfach, all diese Parameter in einer Ökobilanz abzubilden. Derzeit arbeitet die GVM zusammen mit dem IFEU-Institut in Heidelberg im Auftrag des Umweltbundesamtes an Kriterien für methodisch moderne Untersuchungen (s. Kasten).