

**Position des Handelsverbands Deutschland (HDE) zur Diskussion über die Einführung einer verpflichtenden Regalkennzeichnung von Einweg- und Mehrweggebinden im Einzelhandel**

Berlin, den 15. Juni 2015

**Einführung**

Das Bundeskabinett hat am 6. Februar 2013 die vom Bundesumweltministerium vorgelegte „Verordnung über die Hinweispflichten des Handels beim Vertrieb bepfandeter Getränkeverpackungen“ beschlossen und dem Bundesrat mit der Bitte um Zustimmung zugeleitet. Hintergrund war das Vorhaben durch eine aussagefähige Produktkennzeichnung, z. B. klare Bezeichnung als Einweg- oder Mehrwegflasche“ die Transparenz zu erhöhen und die ökologische Konsumentenverantwortung zu stärken. Der HDE teilt dieses Anstreben ausdrücklich und spricht sich aus diesem Grund für eine eindeutige Ein- bzw. Mehrwegkennzeichnung am Produkt (!) aus. Im Rahmen der Anhörung der beteiligten Kreise hat der HDE dazu am 6. Dezember 2012 umfangreich Stellung bezogen.

Der Bundesrat hat, nach der Anmeldung umfangreicher Änderungsempfehlungen der Ausschüsse, die Verordnung bis heute nicht verabschiedet. Der HDE begrüßt die Haltung des Bundesrats für die Einführung einer Kennzeichnung am Produkt und fordert die Bundesregierung auf, die Verordnung entsprechend anzupassen.

Die damals vom Bundesumweltministerium flankierend zur Verordnung angekündigte Informationskampagne zur weiteren Bekanntmachung des Einwegsymbols erschließt weitere Käufergruppen und wird vom Einzelhandel weiterhin explizit unterstützt.

## Position

### Notwendigkeit einer gesetzlichen Regelung

Ziel der Einführung der Pfandpflicht für sog. ökologisch nicht vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen<sup>1</sup> war die Stabilisierung und Stärkung des Mehrwegsegments. Dieses Ziel konnte nicht nur nicht erreicht werden, sondern in den vergangenen Jahren ist der Anteil an Einweggebinden auch stetig gestiegen. Laut BMUB lag der Mehrweganteil im Jahr 2012 bei 47 Prozent. Der Zielwert von 80 Prozent wird dauerhaft lediglich im Bereich Bier übertroffen (2012: 86 Prozent). Für den HDE verdeutlicht diese Entwicklung eine klare Konsumentenpräferenz: Kunden entscheiden bewusst, welche Getränke sie als Einweg und welche sie als Mehrweg kaufen.

Unabhängig von dieser bewussten Entscheidungspraxis, die aus Sicht des HDE nicht durch weitere Lenkungsinstrumente fremdgesteuert werden sollte, wird vom Gesetzgeber mit Verweis auf die Verpackungsverordnung und die dort als ökologisch vorteilhaft eingestuften Mehrweg- und Einweggetränkeverpackungen (§ 3, Abs. 4 VerpackV) argumentiert. Bereits in seiner Stellungnahme vom Dezember 2012 hat der HDE die eindeutigen ökologischen Vorteile solcher Gebinde, „die durch mehrere umfangreiche ökobilanzielle Studien bestätigt worden sind“ in Zweifel gezogen, da auf veraltete ökobilanzielle Studien des Umweltbundesamtes, zuletzt aus dem Jahr 2002 (!) verwiesen wird.

### Aktualisierung der wissenschaftlichen Grundlagen

Eine damals vorliegende eindeutige ökologische Vorteilhaftigkeit von Mehrweggebinden soll an dieser Stelle nicht bezweifelt werden, jedoch wurden insbesondere im PET-Einwegbereich in den vergangenen Jahren zahlreiche ökologische Fortschritte erzielt. Sehr hohe Recyclingquoten bei PET Einwegflaschen, neue Werkstoffe wie PET aus nachwachsenden Rohstoffen, Materialeinsparungen durch verbesserte Produkteigenschaften sowie steigende Vielfalt bei Mehrwegflaschen (Individualflaschen) und dadurch bedingt steigender Transportaufwand geben Anlass dazu, die früheren Bewertungen zur ökologischen Vorteilhaftigkeit von Mehrweg in Frage zu stellen. Durch den Einsatz von Recyclat in Einweg PET-Getränkeflaschen werden zudem heute bereits Recyclingkreisläufe geschlossen.

Der Handel hat das gemeinsame Projekt von BMUB und UBA, einen Leitfaden für vergleichende Ökobilanzen von Getränkeverpackungen zu erstellen, konstruktiv begleitet. Erst auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse zu Ökobilanzen können glaubhafte und belastbare Aussagen zum ökologischen Konsum formuliert und an den Konsumenten kommuniziert werden. Schon aus diesem Grund sollte der Versuch, die dem Bundesrat zur Zustimmung vorliegende Verordnung zu reaktivieren, unterbleiben.

---

<sup>1</sup> Bewertung basiert weitgehend auf UBA-Ökobilanzstudien aus den Jahren 1995, 2000 und 2002.

Handel und Hersteller haben außerdem mit der Veröffentlichung einer unabhängigen wissenschaftlichen Studie zu „Umlaufzahlen und Transportentfernungen in der Getränkeindustrie“ Anfang 2014 einen wichtigen Beitrag für eine Neubewertung geliefert. Es hat sich gezeigt, dass die bisherigen Annahmen zu diesen Kennzahlen an der Realität vorbeigehen. So liegen die tatsächlichen Umlaufzahlen je nach Flaschentyp zum Teil weit unter den bisherigen Annahmen für Mehrweg. Ebenfalls zeigt sich, dass sich insbesondere die Zunahme von Individualgebinden negativ auf die Transportentfernungen auswirkt. Wenngleich keine generelle Aussage darüber getroffen werden kann, ob Ein- oder Mehrweg weitere Transportwege aufweist, so ist dieser Aspekt aber dringend in die Bewertung zukünftiger Ökobilanzen einzubeziehen.<sup>2</sup>

### Handel hat in Rücknahmesystem investiert

Die deutschen Einzelhändler haben in den vergangenen Jahren weit mehr als eine Milliarde Euro in ein flächendeckendes, kundenfreundliches Rücknahmesystem für Einweg- wie Mehrweggebinde investiert. Durch das Aufstellen leistungsfähiger Pfandautomaten erfolgt die Rückgabe in den allermeisten Fällen schnell und sicher.

### Regalkennzeichnung widerspricht der Herstellerverantwortung

Die Kennzeichnung in den Geschäften des Einzelhandels überträgt die Verantwortung und den damit verbundenen Mehraufwand einseitig auf den Handel. Neben den Kosten für geänderte Ausschreibungen, Neupositionierungen der Produkte und der Schulung der Mitarbeiter schränkt eine solche Regelung auch das freie Unternehmertum der zumeist selbstständigen Einzelhändler ein, da unter Umständen werbewirksame Positionierungen von Neuprodukten o. ä. nicht mehr in einer vernünftigen Art und Weise möglich sein werden.

Darüber hinaus sehen wir in der verpflichtenden Regalkennzeichnung eine Verletzung der Rechte der Letztverreiber. Eine Übertragung der aus der europäischen Richtlinie 94/62/EG hervorgehenden Herstellerpflichten und der damit verbundenen Kosten auf den Handel ist aus Sicht des HDE nicht zu rechtfertigen.

### DPG-Logo verbraucherfreundlicher kommunizieren

Die Einführung einer verpflichtenden und deutlichen Pfandkennzeichnung am Produkt ist die richtige Reaktion auf zurückgehende Umlaufzahlen im Mehrwegsegment. Für alle Einweggetränkeverpackungen gibt es heute bereits die verpflichtende Kennzeichnung mit dem DPG- Logo. Dieses Logo ist Verbrauchern weithin bekannt. Auch die meisten Mehrwegflaschen sind bereits als solche ausgezeichnet und damit für die Kunden unterscheidbar. Dort, wo Aufklärungskampagnen zu den unterschiedli-

---

<sup>2</sup> Deloitte: Umlaufzahlen und Transportentfernungen in der Getränkeindustrie.

chen Pfandsystemen notwendig erscheinen, bietet der Einzelhandel seine konstruktive Zusammenarbeit an.

Die EU-Kommission hat eine Kennzeichnung am Produkt aus binnenmarktrechtlichen Bedenken untersagt. Sie hält eine für alle Abfüller verpflichtende Produktkennzeichnung für unvereinbar mit der europäischen Warenverkehrsfreiheit. Eine solche Einschätzung ist aus unserer Sicht nicht nachvollziehbar, da bereits heute Einweggebinde die Kennzeichnung mit dem DPG-Logo tragen und damit die Kennzeichnungspflicht aus der Verpackungsverordnung umsetzen. Inwieweit ein darüber hinaus gehender Hinweis „Einweg“ die Warenverkehrsfreiheit für Importeure nach Deutschland einschränken soll, konnte bisher nicht nachvollziehbar dargestellt werden (mehrsprachige Hinweise sind auf Verpackungen durchweg üblich).

Eine ausschließliche Kennzeichnung am POS führt nicht zwingend zu höherer Transparenz. Etwa, wenn der Verbraucher nach der Entnahme der Flasche aus dem Regal die jeweilige Kennzeichnung wiederum nicht mehr nachvollziehen kann und mögliche Konsumenten, die das Produkt nicht selbst gekauft haben, diesen Hinweis am POS nicht wahrnehmen. Die Hinweispflicht (nach an der Verkaufsstelle üblichen Art) hätte außerdem zur Folge, dass die Kundenfreundlichkeit durch eine notwendigerweise kleinere Beschriftung eingeschränkt und damit insbesondere z. B. ältere Menschen benachteiligt würden. Denn aufgrund der Produktvielfalt kann die Maßgabe nur durch eine kleinere Beschriftung und nicht durch größere Produktauszeichnungen erreicht werden. Hierdurch wird deutlich, dass eine Kennzeichnung am Produkt eine wesentlich größere Wirkung entfalten würde.

Der HDE fordert die Bundesregierung deshalb eindringlich auf, das Gespräch mit der Kommission zu suchen und Belege anzuführen, die die Produktkennzeichnung als im Hinblick auf die umweltpolitischen Ziele deutlich effektivste Kommunikationsform zeigen. Gemäß Art. 36 AEUV kann in einem solchen Fall eine Einschränkung des Binnenmarkts gerechtfertigt werden.

### Verstärkung der Verbraucherkommunikation

Eine Informationskampagne, wie vom Bundesumweltministerium zur weiteren Bekanntmachung des Einwegsymbols angekündigt, unterstützt der Einzelhandel ausdrücklich. Eine klar formulierte Verbraucherinformation ist die verständlichste, effektivste, aber auch günstigste Möglichkeit zur Aufklärung. Der HDE regt an, vorläufig ausschließlich eine kundenorientierte Informationskampagne durchzuführen und diese nach Abschluss zu evaluieren.