



verbraucherzentrale

BERICHT

Anbieterbefragung To-Go-Verpackung

Anbieterbefragung der NWG-Ressourcenschutz der Verbraucherzentrale

BERICHT

Anbieterbefragung To-Go-Verpackung

	INHALTSVERZEICHNIS / ABBILDUNGSVERZEICHNIS	2
1	ZUSAMMENFASSUNG	3
2	PROBLEMATIK / AUSGANGSSITUATION	4
3	RECHTLICHER RAHMEN	5
4	ZIELSETZUNG	6
5	VORGEHENSWEISE	7
5.1	Anbieterrecherche	7
5.2	Anbieterbefragung	9
6	ERGEBNISSE	10
6.1	Übersicht	11
6.2	Detailergebnisse	11
6.3	Auffälligkeiten, Handlungsempfehlungen und Ausblick	12
7	ANHANG	13
7.1	Fragebogen	13
7.2	Anschreiben	15
7.3	Auswertungstabelle	16

ABBILDUNGEN

Abbildung 1:	Statista – Kauf von To-Go-Produkten	5
Abbildung 2:	foodservice – Umsatzstärkste Lebensmittelanbieter	7

1 ZUSAMMENFASSUNG

Die Netzwerkgruppe Ressourcenschutz des VZBV hat unter der Ägide der VZ Bayern und der VZ Hamburg eine Anbieterbefragung im „To-Go“ Bereich für sogenannte Serviceverpackungen durchgeführt. Anlass waren die kommenden gesetzlichen Änderungen ab Juli 2021 bzw. ab 2023.

Viele der befragten Anbieter können mit den aktuellen Umstellungen „weg vom Einwegplastik“ gut umgehen. Sie äußern aber Bedenken und Vorbehalte gegenüber einer stärkeren Etablierung von Mehrwegsystemen in diesem Bereich. Die Gründe gegen, vor allem aus ökologischer Sicht sinnvollen, überregionalen Lösungen, sind so alt wie die Diskussionen um Mehrwegquoten insgesamt. Es bedarf daher einer großen Konsistenz in der Gesetzgebung und Wachsamkeit von Seiten der Verbraucherzentralen, damit dieser sinnvolle Weg tatsächlich zu ökologischeren und gleichzeitig verbraucherfreundlichen Lösungen führt. Aus dem Grund scheint es geboten, dass die Entwicklungen in einem mengenmäßig und vor allem für Stadtbild und Umgebungsverschmutzung relevanten Feld weiterhin sorgfältig von den Verbraucherzentralen beobachtet werden, um gegebenenfalls bei scheinökologischen Lösungen energisch gegensteuern zu können.

Einen Beitrag für zukünftige Leitlinien könnte möglicherweise auch das vom Bundesumweltministerium geförderte Projekt „Essen in Mehrweg“¹ leisten. Mit dieser Kampagne sollen unter dem Motto „Essen in Mehrweg: wir machen mit“ in mehr als 60 unterschiedlichen Gastronomiebetrieben Mehrweglösungen beim To-Go-Verkauf getestet werden.

Es ist daher angebracht, dass die Verbraucherzentralen im nächsten Jahr mit einem Marktcheck den Fortschritt sowie den Stand der Umsetzung für Mehrwegangebote im To-Go-Sektor weiterverfolgen.

¹ www.esseninmehrweg.de

2 PROBLEMATIK / AUSGANGSSITUATION

Mobiles Essen und Trinken, die sogenannten „To-Go-Angebote“ liegen seit vielen Jahren schon im Trend. Durch die Corona-Situation wurde der Bedarf noch einmal deutlich nach oben geschraubt und dementsprechend auch die Umweltauswirkungen, die schon seit Jahren stark problematisch sind, ebenfalls verschärft.

Die Abfallmengen durch den regelmäßigen Gebrauch von Einwegverpackungen (Transportverpackungen und Behältnisse) sind im Bereich der öffentlich anfallenden Siedlungsabfälle (kommunale Entsorgung) sehr hoch.

Diese Tendenz entschärfend könnten Mehrwegangebote wirken, diese sind allerdings im To-Go-Bereich noch ziemlich selten („Luft nach oben“) und oft auf ein „Premium“ Segment beschränkt (kaufbewusste, kaufkräftigere Klientel).

Da die Abfallmengen rasant ansteigen, ist ein energisches Gegensteuern erforderlich, ein „weiter so“ darf es im Interesse von Ressourcenschutz und Aufwand für die Straßenreinigung nicht mehr geben.

Die zentrale Aufgabe aus den Kreislaufwirtschafts-Gesetzen und –Vorgaben lautet daher immer: Das Müllaufkommen möglichst an der Quelle zu reduzieren und damit auch wertvolle Ressourcen zu schonen (Abfallvermeidung als oberste Priorität).

Durch die EU-Richtlinie 2019/904 und neue Bestimmungen aus dem VerpackG verändert sich der rechtliche Rahmen für bestimmte Plastik-Einweg-Produkte und damit ergibt sich ein Handlungsdruck auf Anbieterseite.

Daher war es ein Ziel dieser Befragung, herauszufinden, was Anbieter planen, um die gerade bevorstehenden und die zukünftigen gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen bzw. wie weit sie in Vorleistung treten, um die entsprechenden Umweltziele auch rascher zu erreichen.

3 RECHTLICHER RAHMEN

Während im Bereich der Verkaufs-, Um- und Transportverpackungen im Einzelhandel schon zum Teil Vorgaben in Bezug auf Befandung, Rücknahme und Verwertung bestehen, blieb der To-Go-Bereich (sog. Serviceverpackungen) bisher weitgehend unbehelligt und hatte keine Einschränkungen verordnet bekommen (Entscheidung der Anbieter).

Durch die Novellierung des Deutschen Verpackungsgesetzes sowie Umsetzung der EU-Richtlinie 2019/904 (Single-Use-Plastic, SUP) wurden die Rahmenbedingungen verändert. Diese treten zum Teil ab 3. Juli 2021 in Kraft, während die Umsetzung einer strikteren Mehrwegstrategie teilweise erst ab 2023 gültig wird.

4 ZIELSETZUNG

Die Novelle zum Deutschen Verpackungsgesetz tritt zwar am 3. Juli 2021 in Kraft. Da aber für eine längere Übergangszeit noch Abverkäufe von (konventionellen Einweg-)Lagerbeständen erlaubt sind, erscheint der Netzwerkgruppe Ressourcenschutz (NWG) ein Marktcheck im Jahr 2021 noch verfrüht. Stattdessen wurde eine schriftliche Befragung der nominell umsatzstärksten Anbieter für To-Go-Verpflegung durchgeführt. Das Ziel ist es, zu erkennen, welche der vielfältigen Produkte für Außer-Haus-Verzehr die verschiedenen Anbieter, in welchen Materialien und Systemen statt der bisher fast durchgehend üblichen Einwegvarianten anbieten wollen.

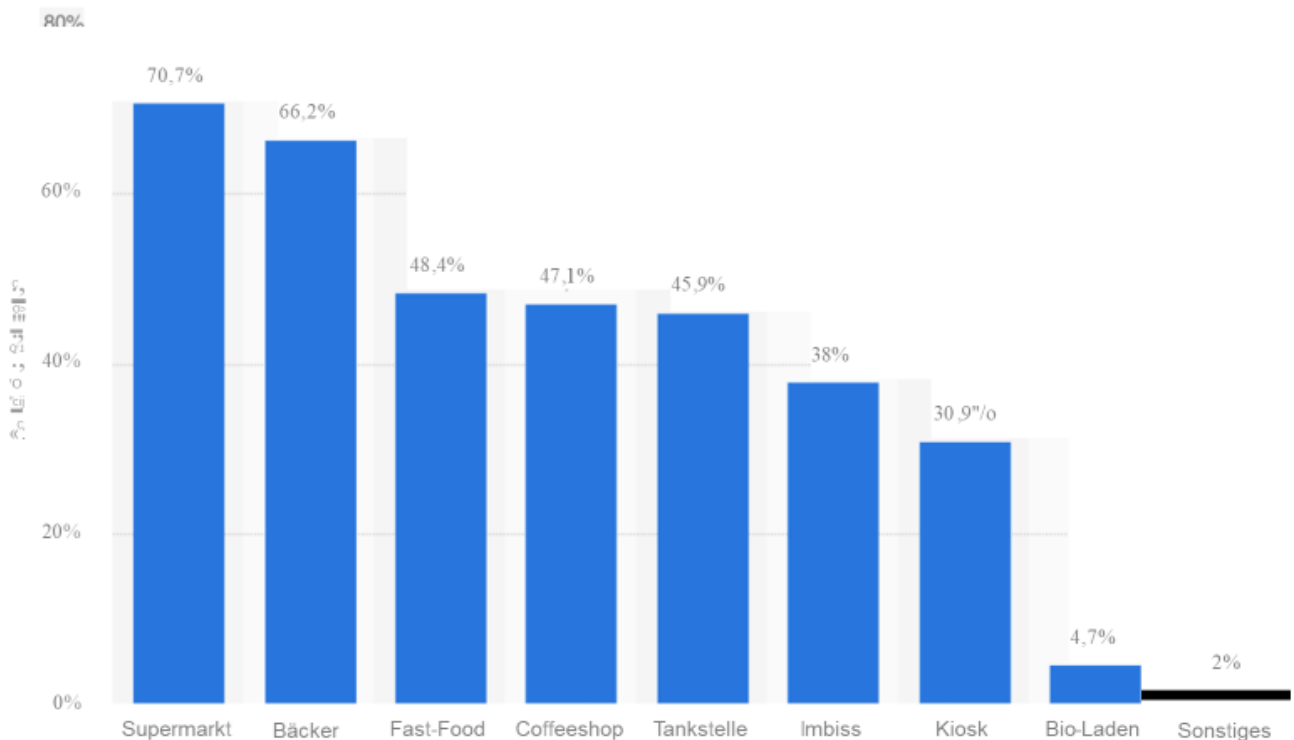
Die NWG ist zudem interessiert herauszufinden, ob und wann die Anbieter einen Einstieg in Mehrwegangebote planen. Wenn diese Planungen noch nicht begonnen haben, ist es ebenfalls interessant, welche Hindernisse den Unternehmungen nach eigenen Angaben dabei entgegenstehen und ob diese gegebenenfalls überwunden werden können.

5 VORGEHENSWEISE

5.1 ANBIETERRECHERCHE

Da der Markt im Bereich To-Go ziemlich unübersichtlich ist, musste eine begründete Vorauswahl der angeschriebenen Unternehmen erfolgen. Eine Auswertung des Portals Statista zeigt, wo in Deutschland vorrangig To-Go-Produkte gekauft werden. Dabei belegen Supermärkte (70,7%) und Bäcker bzw. Backshops (66,2%) die beiden obersten Plätze, gefolgt von Fast Food-Restaurants, Coffeeshops und Tankstellen mit jeweils knapp unter 50 Prozent. Diese Rangfolge diente als Anhaltspunkt, welche Anbieter in die Befragung einbezogen wurden.

Wo kaufst du vorrangig To-Go-Produkte?



Quelle
POSpulse
© Statista 2020

Weitere Informationen:
Deutschland: 27.02. bis 05.03.2019; 1.179 Befragte; Erhoben via Crowdsourcing direkt am Point of Sale

statista

Abb.1: Statista – Kauf von To-Go-Produkten

Die 20 umsatzstärksten Lebensmittelunternehmen listet die Tabelle des foodservice auf (Abb.2). Die meisten Unternehmen aus dieser Übersicht wurden in die Befragung einbezogen. Um die Vielschichtigkeit der Anbieter besser abzubilden, wurden zusätzlich kleinere regionale Marktteilnehmer ausgewählt, ebenso wie Vertreter aus dem Bio-Segment.

© foodservice

Rg.	Vj.	Unternehmen	Kat.	Vertriebslinien	Netz	Umsatz (o. MwSt.)		Zahl der Betriebe		
						Mio. € 2018	Mio. € 2017	2018	FR ²⁾	2017
1	1	McDonald's Deutschland LLC, München	QS	McDonald's, McCafé	g	3.470,0*	3.255,0*	1.489	1.376	1.480
2	2	Burger King Deutschland GmbH, Hannover	QS	Burger King	g	955,0*	945,0*	720	620	708
3	3	LSG Lufthansa Service Holding AG, Neu-Isenburg ³⁾	VG	LSG Sky Chefs	g	809,0	776,0	11	0	12
4	4	Autobahn Tank & Rast GmbH, Bonn	VG	T&R Raststätten/Autohöfe	n	642,0*	634,0*	411	399	407
5	5	Yum! Restaurants International Ltd. & Co. KG, Düsseldorf	QS	KFC, Pizza Hut	g	315,0	301,5	254	254	236
6	6	Nordsee GmbH, Bremerhaven	QS	Nordsee	m	271,8	284,7	318	121	310
7	14	Valora Foodservice Deutschland GmbH, Essen	QS	BackWerk, Ditsch	m	264,0*	260,5	514	511	524
8	8	Edeka Zentrale AG & Co. KG, Hamburg	QS	Bäcker-Imbiss (K&U u.a.), Markt-Foodservice	n	260,0*	232,9	2.100	0	2.100
9	7	Subway GmbH, Köln	QS	Subway	g	254,0*	247,0*	690	690	670
10	9	AmRest Holdings, München	QS	Starbucks, KFC, Pizza Hut, LaTagliatella u.a.	g	240,2	232,6	270	96	231
11	13	SSP Deutschland GmbH, Frankfurt/Main	VG	Airport/Bahnhof/ Straße: Gastro & Handel	g	240,0*	205,0*	325	47	306
12	10	Ikea Deutschland GmbH & Co. KG, Hofheim-Wallau	HG	Ikea-Gastronomie	g	239,4	230,0	53	0	53
13	11	Aral AG (BP Europa SE), Bochum	VG	PetitBistro, Rewe To Go at Aral	n	231,0	212,0	1.144	1.144	1.137
14	17	Domino's Pizza Deutschland GmbH, Hamburg	QS	Domino's, Hallo Pizza	g	220,0	153,0	333	322	207
15	12	Vapiano SE, Köln	QS	Vapiano	g	215,0*	210,0*	82	25	79
16	18	FR L'Osteria GmbH, München	FS	L'Osteria	m	173,2	146,5	85	53	70
17	15	Block Gruppe, Hamburg	FS	Block House, Jim Block, Elysée-Gastro u.a.	m	172,3	172,4	61	0	60
18	16	Starbucks Germany Corp., München ⁴⁾	QS	Starbucks	g	160,0*	160,0*	157	157	156
19	19	Marché Mövenpick Deutschland GmbH, Leinfelden-Echterdingen	QS	Marché Mövenpick, Beefl, Cindy's Diner, Palavrion u.a.	m	143,0	134,0	115	8	103
20	21	Do & Co AG, München ³⁾	VG	Airline-, Event- & Sport-Catering	g	140,0*	130,0*	40	0	40

Abb.2: foodservice – Umsatzstärkste Lebensmittelunternehmen

5.2 ANBIETERBEFRAGUNG

Von den relevanten Anbietern wurden Adressen der Niederlassungen bzw. Zentralen in Deutschland recherchiert. Der Versand von Fragebogen und Anschreiben erfolgte letztendlich nicht per Post, sondern per E-Mail aufgrund der besonderen Bedingungen durch die Coronasituation.

Wo möglich, wurde die Umfrage gezielt an den Pressebereich der Unternehmen mit Ansprechpartnern adressiert.

An 26 Unternehmen wurden Fragebogen und Anschreiben per E-Mail Anfang April versendet. Für den Rücklauf per E-Mail wurde eine Frist bis zum 20. April 2021 gesetzt.

Folgende Anbieter wurden in die Befragung einbezogen:

Edeka, REWE Group, Kaufland, Marktkauf,

denn´s Biomarkt, basic AG Lebensmittelhandel,

McDonald´s Deutschland LLC, Burger King GmbH, Kentucky Fried Chicken,

AmRest Coffee GmbH, Starbucks Coffee Deutschland GmbH, Coffee Fellows GmbH,

YORMA'S AG, LE CROBAG GmbH & Co.KG, Kamps GmbH,

Tchibo GmbH, NORDSEE GmbH,

Vinzenzmurr Vertriebs GmbH, Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH,

Lekkerland Deutschland GmbH & Co. KG,

Autobahn Tank & Rast Gruppe GbH & Co. KG, Valora Food Service Deutschland GmbH,

Subway Vermietungs- und Servicegesellschaft mbH,

Aral AG, FR L`Osteria SE, Marche Mövenpick Deutschland GmbH. (siehe 7.2 Anschreiben)

Der Fragebogen enthält acht Fragen und besteht aus geschlossenen Fragen mit Mehrfachauswahl zum Ankreuzen ebenso wie offenen Fragen mit der Möglichkeit, eigene Texte und Kommentare einzufügen. (siehe 7.1 Fragebogen)

6 ERGEBNISSE

Nach Ende des Erhebungszeitraums lagen 11 beantwortete Fragebögen vor. Zwei Unternehmen informierten, dass sie eine Fristverlängerung benötigen zur Beantwortung der Fragebögen. Diese gingen mit wenigen Tagen Verspätung ein.

Ein Unternehmen (Aral) gab an aus Kapazitätsgründen grundsätzlich keine Befragungen zu beantworten.

Ein Anbieter (Edeka) lieferte ausführliche schriftliche Informationen zu seinen Grundsätzen zur Nachhaltigkeit und Verpackungsvermeidung, ohne den Fragebogen ausgefüllt zurückzusenden. Argument war u.a., dass sie für ihre Franchisenehmer bzw. nachgeordnete Einzelkaufleute keine validen Aussagen treffen können.

Nach erneutem Nachfassen bei den Anbietern, von denen zunächst keine Rückmeldung kam, lagen insgesamt 19 Antworten vor. Davon zwei weitere Fragebögen, insgesamt wurden also 13 Fragebögen beantwortet.

Zwei Unternehmen (Rewe und Lekkerland, seit 2020 fusioniert) übermittelten eher grundsätzliche Ausführungen zum Themenbereich, ebenfalls mit der Argumentation für Franchisenehmer keine exakten Antworten geben zu können.

Ein Anbieter (Subway) gab an sich in einer Umstellungsphase zu befinden und deshalb ggf. erst zu einem späteren Zeitpunkt den Fragebogen beantworten zu können.

Nicht geantwortet haben sieben der angeschriebenen Unternehmen.

6.1 ÜBERSICHT

Wie aus der Auswertung (siehe 7.3) hervorgeht, haben fast alle Antwortenden Kalt- und Heißgetränke im Angebot, das übrige Angebot ist branchenspezifisch durchaus unterschiedlich.

Häufige Service-Verpackungen sind dabei beschichtete Pappbecher und Holzbesteck, die anderen Verpackungsformen variieren sehr stark.

Bei den Um- und Transportverpackungen dominiert mittlerweile die Papiertüte, Plastiktüten sind fast völlig aus dem Sortiment genommen.

Bestehende Mehrweglösungen gibt es, allerdings bei Weitem nicht bei allen untersuchten Anbietern. Außerhalb der Kaffeebecher ist das MW-Angebot sehr gering.

Mit den im Juli 2021 in Kraft tretenden Bestimmungen hatte bis auf einen Anbieter niemand Probleme, was auf eine intensive Abstimmung zwischen Anbietern und Gesetzgeber hindeutet.

Für kommende Mehrwegverpflichtungen (teilweise ab 2023) sehen wiederum fast alle Anbieter mittlere bis größere Probleme und zweifeln auch stark den Sinn einer solchen Verpflichtung an.

6.2 DETAILERGEBNISSE

Dominierend im Angebot sind kalte und warme Getränke, Backwaren sowie Snacks aller Arten. All dies ist dem „To-Go“ Bereich mit seinen spezifischen Anforderungen an Verpackung und Transport angepasst. Flüssige Gerichte oder Tellergerichte bilden eher die Ausnahme. Als klassische Fastfood-Artikel spielen noch Pizza und Burger eine Rolle.

Sehr heterogen zeigt sich die Verpackungslandschaft im Bereich der Speisen und des Bestecks. Es ist ein Trend zu „augenscheinlichen Öko-Lösungen“ zu beobachten (Holzbesteck und -pressfaser, „Bio“-Plastik ohne genauere Spezifikation, „kompostierbare“ Verpackungen). Da hier keine einheitlichen Qualitätsstandards formuliert wurden (Gesetzgeber!), bleibt das ein aufmerksam zu beobachtendes Feld von Materialexperimenten bzw. -lösungen.

Bei den Transportverpackungen ist offenbar die Papiertüte die Methode der Wahl. Hier sei explizit darauf hingewiesen, dass ein reiner Ersatz von Plastik durch Papier im Einwegbereich keine erkennbaren Umweltvorteile bringt. Erst die Etablierung eines Mehrwegsystems auch für diesen Bereich (bzw. Bewerbung von „mitgebrachten“ Behältnissen und Taschen) wird zu einer echten Verbesserung im ökologischen Sinn führen.

Bei den Mehrweglösungen hebt sich vor allem der Kaffeebecher hervor: Viele, wenn auch nicht alle Anbieter, kooperieren mit der Firma „ReCup“. Hier wäre ebenfalls ein regulierender Eingriff des Gesetzgebers (mindestens überregional, evtl. bundesweit) erforderlich, um die Rückgabesysteme einfach und verbraucherfreundlich handhabbar zu machen. Im Essensbereich ist das Angebot für Mehrweg sehr gering, am ehesten werden Befüllungen von mitgebrachten Boxen genannt. Bei den Pfandhöhen dominieren individuelle, d.h. nicht verbraucherfreundliche Lösungen, manchmal wird auch Einwegpfand als Mehrweg missverstanden.

Der genossenschaftliche Edeka-Verband hat in Textform auf die Befragung geantwortet. Er weist

darauf hin, bei Getränken vorwiegend Mehrwegglasflaschen regionaler Abfüller anzubieten. Für Frischetheken wurden Mehrwegdosen im Kreislaufsystem entwickelt, mitgebrachte Behälter von Kunden können per Tablett-System in Märkten zum Einsatz kommen.

Beim Umgang mit den gesetzlichen Bestimmungen zeigen sich praktisch alle Befragten gerüstet auf die Frist im Juli 2021. Bei den weitergehenden Plänen zu Mehrweg bis 2023 werden zum Teil noch große Hürden gesehen. Dabei werden die typischen Vorbehalte formuliert, die schon die gesamte Umsetzung der VerpackVO und des VerpackG seit Jahrzehnten begleiten:

- Kunden würden Mehrweg nicht akzeptieren
- Umsatzeinbußen werden befürchtet
- Hygienebedenken werden angemeldet
- Der dafür erforderliche Platz sei einfach nicht vorhanden.

Hier ist also in Zukunft noch starker Widerstand von Seiten der Branchen zu erwarten. Umso wichtiger wird es sein, dass der Gesetzgeber klare Richtlinien mit einem konstanten Zeitplan vorgibt, einhält und klare Sanktionsmaßnahmen fixiert.

6.3 AUFFÄLLIGKEITEN, HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND AUSBLICK

Es zeigt sich, dass bei der durchgeführten Befragung im „To-Go“-Bereich die Zeichen der Zeit insofern verstanden wurden, als der Trend weg vom Einwegplastik erkennbar ist. Was an die Stelle des ursprünglich als „unverzichtbar“ geltenden Kunststoffs treten soll, ist allerdings eher unklar bzw. im experimentellen Stadium. Ob die angestrebten Lösungen (z.B. ein simples Papier statt Plastik im Einwegbereich) tatsächlich ökologische Vorteile bringen werden, darf bezweifelt werden. Im Sinne des „Litterings“ und der Persistenz von Kunststoffen im Ökosystem ist ein Fortschritt zu erkennen, teilweise werden aber versteckte Kunststoffe („Formfaser“, „Bio“- oder „Agrar“-Kunststoffe, „kompostierbare Materialien“) weiter eine Rolle spielen. Die Anbieter suchen derzeit nach einem „biobasierten“ und „bio-abbaubaren“ vollwertigen Ersatz für das Einweg- Kunststoffgebinde und nur in Ausnahmefällen werden dabei die ökologischen Aspekte umfangreich beachtet. Der Kern des Problems dürfte möglicherweise darin liegen, dass ein gut etabliertes Mehrwegsystem sowohl für Getränke als auch für Speisen ein gewisses Maß an Platz, Logistik und Personal benötigt, wovor die Firmen erkennbar zurückschrecken.

Auch aus diesem Grund ist das Festhalten an den Mehrwegverpflichtungen durch den Gesetzgeber gemeinsam mit einer Unterstützung eines möglichst überregionalen bis bundesweiten Systems ein wichtiger weiterer Schritt, dem große Aufmerksamkeit gewidmet werden sollte.

Für die Verbraucherzentralen gilt es genau zu beobachten, dass die sich etablierenden Alternativen zu Einweg-Kunststoff im To-Go-Bereich möglichst verbraucherfreundlich und gleichzeitig mit der maximalen Wirkung der Umweltentlastung entwickeln. Das könnte beispielsweise mit einem Marktcheck der Netzwerkgruppe im Jahr 2022 angedacht werden.

Ein reines „weg vom Kunststoff“ mit vielleicht noch problematischen Ersatzmaterialien, schleppender Mehrwegeinführung und verbreiteten Insellösungen würde das Gegenteil von dem bewirken, was mit den aktuellen Regelungen in diesem Bereich beabsichtigt ist.

7 ANHANG

7.1 FRAGEBOGEN

Fragebogen zu To-Go-Verpackungen (Außer-Haus-Verkauf)

1. Für welche Gerichte/Produkte bieten Sie zur Zeit To-Go an? *Mehrfachauswahl möglich*

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Kaltgetränke | <input type="checkbox"/> Kalte Snacks (Brotzeit) |
| <input type="checkbox"/> Heißgetränke | <input type="checkbox"/> Salate |
| <input type="checkbox"/> Süßspeisen | <input type="checkbox"/> Warme Snacks |
| <input type="checkbox"/> Gebäck/Backwaren | <input type="checkbox"/> Suppen/Eintöpfe |
| <input type="checkbox"/> Sonstige, und zwar..... | <input type="checkbox"/> Tellergerichte |
| <input type="checkbox"/> keine Angabe | |

2. Welche Verpackungen verwenden Sie zur Zeit für To-Go? *Mehrfachauswahl möglich*

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pappbecher beschichtet | <input type="checkbox"/> Kunststoffteller, -schüsseln |
| <input type="checkbox"/> Kunststoffbecher | <input type="checkbox"/> (Beschichtete) Pappteller |
| <input type="checkbox"/> Styroporbecher | <input type="checkbox"/> Styroporteller, -schüsseln |
| <input type="checkbox"/> Kunststoffdeckel für Becher | <input type="checkbox"/> Kunststoffbesteck, -rührstäbchen |
| <input type="checkbox"/> Plastik-Strohhalme | <input type="checkbox"/> Holzbesteck, -rührstäbchen |
| <input type="checkbox"/> Andere und zwar:
..... | <input type="checkbox"/> Keine (unverpackt) |
| <input type="checkbox"/> keine Angabe | <input type="checkbox"/> Kunden können eigene
Verpackung mitbringen |

3. Verwenden Sie Um-, Transportverpackungen (Tüten, Beutel, Kartons)? Wenn ja, aus welchen Materialien sind diese? *Mehrfachauswahl möglich*

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| <input type="checkbox"/> Papier/Pappe | <input type="checkbox"/> keine Angaben |
| <input type="checkbox"/> Kunststoff/Plastik | |
| <input type="checkbox"/> Andere und zwar:
..... | |

4. Werden schon jetzt Mehrwegverpackungen genutzt? Wenn ja, welche?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| <input type="checkbox"/> Welche?
..... | <input type="checkbox"/> keine Angaben |

Welche Rückgabemöglichkeiten gibt es bei Mehrwegverpackungen?

Wird ein **Pfand** auf Mehrwegverpackung erhoben?

Ja

Nein

Höhe?

keine Angaben

5. Planen Sie zukünftig Mehrwegverpackungen im To-Go-Bereich einzuführen?

Ja

Nein

noch keine Entscheidung getroffen

keine Angaben

6. Werden Sie zukünftig andere/neue/umweltfreundlichere Verpackungsmaterialien einsetzen im To-Go-Bereich?

Ja

Nein

noch keine Entscheidung getroffen

keine Angaben

Wenn ja, **welche Materialien** sind das?

7. Haben Sie Probleme bei der Umsetzung der ab 3. Juli geltenden Verbote für bestimmte Einwegkunststoffverpackungen (Besteck, Teller, u.a.)?

Ja

Nein

keine Angaben

Wenn ja, welche Probleme sind das?

8. Welche Hürden/Probleme für Ihr Unternehmen sehen Sie bei einem „Umstieg“ auf Mehrwegsysteme?

Mehrfachauswahl möglich

hohe Investitionskosten

fehlende Reinigungsmöglichkeiten

von Kunden nicht angenommen

fehlendes Branding

zu wenig Platz (für Lagerung)

geringerer Umsatz

Sonstige, und zwar

keine

keine Angaben

Wir informieren Sie gerne über den Zeitpunkt der Veröffentlichung an folgende Mail-Adresse:

7.2 ANSCHREIBEN

Adresse

Anbieterbefragung: To-Go-Angebote in Einweg-, Mehrwegverpackungen

Sehr geehrte Damen und Herren,

zum 3. Juli 2021 tritt in Umsetzung der EU-Richtlinie 2019/904 ein bundeweites Verbot für Einweggeschirr und bestimmte Artikel aus Kunststoff in Kraft.

Mit beigefügtem Fragebogen möchten wir Anbietern im To-Go-Bereich die Möglichkeit bieten, uns mitzuteilen, wie Sie diese Regelung in Ihrem Unternehmen anwenden wollen. Dieser Überblick soll auch für die Öffentlichkeit wahrnehmbar vorgestellt, die Ergebnisse veröffentlicht werden. Wir informieren wir Sie gerne vorab per E-Mail. Bitte

geben Sie dazu im Fragebogen einen E-Mail-Account an.

Wir freuen uns, wenn Sie oder ein anderer mit dem Thema vertrauter Mitarbeitender **bis zum 20. April 2021** an dieser **Befragung** teilnehmen. Das Beantworten der Fragen wird etwa 15 Minuten in Anspruch nehmen.

Auch für Restaurants, Bistros und Cafés, die Essen für unterwegs oder To-Go-Getränke verkaufen, wird ab 2023 vorgeschrieben, ihre Produkte ebenfalls in Mehrwegverpackungen anzubieten. Die Mehrwegvariante darf nicht teurer sein als das Produkt in der Einwegverpackung. Außerdem müssen für alle Angebotsgrößen eines To-Go-Getränks entsprechende Mehrwegbecher zur Verfügung stehen.

Das heißt, neben der sofortigen Wirkung des Verbots für Kunststoffverpackungen wird es in den nächsten zwei Jahren massive Umstellungsschritte in Richtung Mehrweg geben müssen.

Ihr zeitlicher Umstellungshorizont, angedachte Mehrweglösungen und der beabsichtigte Materialersatz für Kunststoffe sind für uns, ebenso wie für Ihre Kunden, interessante Fragestellungen.

Die Verbraucherzentrale beabsichtigt bundesweit Verbraucherinnen und Verbrauchern einen ersten Marktüberblick zu geben, in welche Richtung die Anbieter mit ihren To-Go-Produkten gehen und wo ökologisch besonders wertvolle Lösungen entstehen.

Ihre Ansprechpartner für Rückfragen:

- Tristan Jorde (1.-9.4.21) tristan.jorde@vzhh.de
- Heidemarie Krause-Böhm (ab 12.4.21) krause-boehm@vzbayern.de

Wir bedanken uns im Voraus für Ihre Unterstützung und Ihren Beitrag für eine bessere Transparenz in Richtung verbraucher- und umweltfreundlicher Lösungen.

Mit freundlichen Grüßen
i. A.

Heidemarie Krause-Böhm
Referatsleiterin
Referat Energie, Umwelt und Nachhaltigkeit
krause-boehm@vzbayern.de

7.3 AUSWERTUNGSTABELLE

Die Excel-Tabelle ist aufgrund des Umfangs und Formats als eigenes Dokument beigefügt.

Impressum

Verbraucherzentrale Bayern e.V.
Referat Energie, Umwelt und Nachhaltigkeit
Mozartstr. 9
80336 München
umwelt@vzbayern.de

Verbraucherzentrale Hamburg e.V.
Fachbereich Umwelt
Kirchenallee 22
20099 Hamburg
umwelt@vzhh.de

© Verbraucherzentrale
Stand: Juni 2021