

Neue Pfandregelung in Deutschland ist teuer und umständlich

Siegeszug der PET-Flasche setzt sich fort

➤ Seit dem In-Kraft-Treten der neuen deutschen Pfandregelung für Einwegverpackungen von Getränken zum 1. Mai 2006 können die Konsumenten Dosen und Flaschen nicht mehr nur dort abgeben, wo sie gekauft wurden. Grundsätzlich ist jeder Detailhändler verpflichtet, alle Pfandverpackungen zurückzunehmen. Ausgenommen sind Kioske und kleine Verkaufsstellen. Das Pfand von 25 Cent pro Flasche oder Dose gilt nun für Wasser, Säfte, Erfrischungsgetränke, Bier und Alcopops – nicht aber für Milch, Wein und Spirituosen und auch nicht für alle Getränke in Kartonverpackungen. Die Rücknahmepflicht betrifft allerdings nur jene Gebindematerialien, die der Detailhändler selbst im Sortiment führt. Wer also Getränke ausschliesslich in PET-Fla-

schen verkauft, muss auch nur PET-Flaschen zurücknehmen. Um den Entsorgungs- und Handlingaufwand des zurückfliessenden Materials möglichst gering zu halten, werden die Detailhändler wahrscheinlich ihre Gebindevielfalt materialseitig reduzieren und weitgehend auf die pfandpflichtige Verpackungsart mit dem höchsten Marktanteil setzen: die PET-Flasche. So hat beispielsweise der Discounter Lidl keine Dosen mehr im Sortiment und bietet Getränke nur noch in PET-Flaschen an. Ausnahme: Bier wird sowohl in Glas als auch in PET-Flaschen angeboten. Etwa dreieinhalb Jahre nach Beginn der Pfandeinführung in Deutschland zeigt sich nun die von den Experten schon zuvor prognostizierte Sinnlosigkeit einer Befandung von Getränkegebinden. Der

damalige Umweltminister Trittin ist mit seinem Kampf gegen Einweggebilde gescheitert. Der Siegeszug der PET-Flasche setzt sich nun mit einer geringen Zeitverzögerung weiter fort. Dagegen entstanden volkswirtschaftliche Kosten in Höhe von etwa 1,5 Milliarden Euro, die in keinem vernünftigen Verhältnis zum ökologischen Ertrag stehen. Hinzu kommen mögliche Pfandbetrügereien in unbekannter Höhe, da die Kontrollmechanismen beim Pfand noch nicht ausgereift sind. Und nicht zuletzt ist das Zurückbringen der leeren Flaschen sowie deren Annahme und Verrechnung sowohl für Konsumenten als auch für Detailhändler umständlich und zeitaufwändig.

Dr. Dirk Schönrock
Fachjournalist, Luzern

Pfadiwettbewerb gegen Littering

Diesen Sommer kämpfen zwanzig Pfadigruppen mit selbst entwickelten Sammelkonzepten gegen das Littering an und um insgesamt 20000 Franken.

➤ Gecoacht von PET-Recycling Schweiz und IGORA (Genossenschaft für Aluminium-Recycling), säubern zwanzig Pfadigruppen im Rahmen des Wettspiels «Pfadis sammeln für Pfadis» öffentliche Anlagen von gelitterten PET-Flaschen und Aludosen. Dem Konzept und den Bedürfnissen entsprechend erhalten sie kostenlos Sammelsäcke, Container, Plakate und Informationsmaterial.

Ein lohnenswertes Engagement: Jede Gruppe erhält während der Aktion 2 Rapen pro gesammelte PET-Flasche oder Aludose. Im Herbst werden zusätzlich die zehn besten Konzepte auserkoren und mit je 2000 Franken in die Kasse belohnt. Ein willkommener Zustupf, den die Pfadis für Zelte, Übungen und Pfadilager verwenden.



Pfadis setzen sich mit dem Wettbewerb für die Umwelt ein und sind Vorbild für die Jugendlichen. (Bild: PPS Pfadibewegung Schweiz / Eiermann)

Bewertet werden die Konzepte nach Durchführbarkeit, Originalität der Aktion, Sammelerfolg, Dauer und persönlichem Einsatz der Pfadis.

Der Kampf der Pfadis gegen das Littering dient gesamtschweizerisch als Vorbild, besonders für die Jugendlichen, aber auch für die Erwachsenen. □