

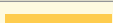





Mitglieder von PET-Recycling Schweiz

Abfüller		33
Importeure		16
Handel		7
Partner		14

Hauptgeschäfte

Der Vorstand erledigte seine Geschäfte in vier Sitzungen und einem Strategieworkshop. Die Haupttraktanden im vergangenen Jahr waren:

- Steigerung der Verwertungsquote
- Schliessung der Lücken im Sammelnetz
- Bekämpfung des Litterings von PET-Getränkeflaschen; Anti-Littering-Studie in Auftrag gegeben
- Kommunikation der Vorteile des freiwilligen Sammelnetzes von PET-Recycling Schweiz (PRS)
- Unterstützung des geschlossenen Stoffkreislaufes
- Durchführung einer Pfandstudie mit BUWAL/IGORA
- Leistungen ausserhalb des Handels im Sinne eines Service public
- Intensive Verhandlungen mit Selbstensorgern, den so genannten Trittbrettfahrern

Generalversammlung

Die 15. ordentliche Generalversammlung fand am 8. April 2005 in Zürich statt.

Es nahmen 41 Mitglieder teil, davon 16 Vertreter von stimmberechtigten Voll-Mitgliedsfirmen.

2005 wurde keine Mitgliederversammlung durchgeführt.

Mitglieder

Der Verein setzt sich per 31. Dezember 2005 neu aus 56 Mitgliedern (davon 33 Abfüller, 16 Importeure, 7 Handelsunternehmen) und 14 Partnermitgliedern zusammen.

Mitarbeitende




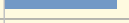
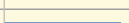



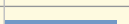
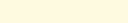

Per 31. Dezember 2005 waren 17 Festangestellte beschäftigt; davon waren 14 in Zürich und drei in der Westschweiz tätig. Seit August 2002 bildet PET-Recycling Schweiz zudem zwei Lehrtöchter (1. und 3. Lehrjahr) aus, welche die kaufmännische Berufsausbildung absolvieren.

Sammelergebnis

Bis im Mai verlief das Jahr hinsichtlich der Flaschendecklarationen gemäss den Prognosen. Der Zuwachs in den Monaten Juni (+12 Prozent) und Juli (+9 Prozent) kam jedoch überraschend, denn im Juni

wurden mehr Flaschen deklariert als im «Jahrhundertssommer» 2003. Auch im November (+15 Prozent) und Dezember (+16 Prozent) stieg der Absatz sehr stark an. Dennoch gelang es, die Mehrmengen zu absorbieren resp. zu sammeln. Per Jahresende konnten 35 514 965 kg PET-Flaschen gesammelt und in die Schweizer Sortierbetriebe überführt werden (94 Prozent des Absatzes). 32 316 942 kg sortierte PET-Getränkeflaschen wurden den Verwertern verkauft (86 Prozent des Absatzes). Verwertet wurden schlussendlich 29 246 833 kg reines PET (ohne Deckel, Deckelringe und Etiketten).

Verwertungsquoten PET-Recycling Schweiz (intern), 1996 bis 2005

	Absatz (in Tonnen)	Verwertung (in Tonnen)	Verwertungs- quote	
1996	18 245	14 448	79%	
1997	21 471	17 086	80%	
1998	24 080	19 060	79%	
1999	26 550	21 444	82%	
2000	29 953	23 800	82%	
2001	31 522	26 000	82%	
2002	31 743	24 301	77%	
2003	38 489	29 164	76%	
2004	37 080	28 769	78%	
2005	37 695	29 247	78%	

Anteil Handel und Service public an der Verwertungsquote von PET-Recycling Schweiz, 2005

Handel (verpflichtet)	56%
Service public (freiwillig)	22%
Verwertungsquote PET-Recycling Schweiz (intern)	78%
Mindestquote gemäss Verordnung über Getränkeverpackungen (VGV)	75%

Verwertungsquote

Die Verwertungsquote beträgt wie schon im Vorjahr 78 Prozent. Bei genauerer Betrachtung ein gutes Resultat:

- Die Mehrumsätze, die in anderen Jahren die Quoten gedrückt haben, wurden komplett absorbiert
- 478 Tonnen oder 17 Millionen PET-Getränkeflaschen wurden mehr gesammelt
- Pro Einwohner wurden 3.92 kg verwertet (Vorjahr 3.88 kg)

Es braucht den Service public

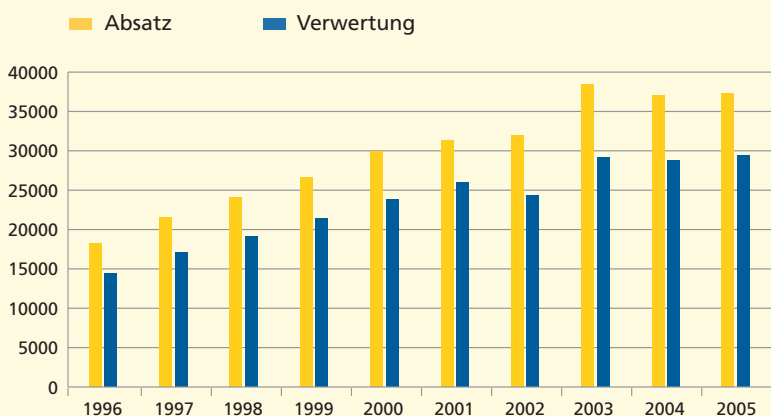
Der gestiegene Absatz im Jahr 2005 konnte nur deshalb absorbiert werden, weil heute mehr denn je an Orten gesammelt wird, wo PET zuvor im Abfall landete. Das gute Resultat ist eine Folge des konsequenten Ausbaus des Sammelstellennetzes. Allein im letzten Jahr wuchs das Netz um mehr als 3300 neue

Sammelstellen. Heute sind, zusätzlich zu der Sammlung im Schweizer Detailhandel, mehr als 15000 freiwillige Sammelstellen in Betrieb, und das Netz wird permanent ausgebaut. Eine hohe Recyclingquote kann nur mit zusätzlichem Sammeln im Arbeits- und Freizeitbereich erreicht werden. Mehr als 20 Prozent der Verwertungsquote machen heute diese freiwilligen Sammelstellen in Büros, Schulen, Bahnhöfen, Sportzentren und an Freizeitveranstaltungen aus. Soll die Verwertungsquote weiter steigen, muss der flächendeckende Service public wie ihn die Branchenorganisation PET-Recycling Schweiz erbringt zwingend weiter optimiert und ausgedehnt werden.

Neue Sammelstellen (2003 bis 2005)

Arbeitsstätten	989
	1177
	1780
Detailhandel	200
	910
	491
Freizeit	388
	441
	830
Gemeinden Städte	110
	69
	96
Behörden Presse Verbände	18
	42
	53
Herstellung Abfüllung Vertrieb	31
	29
	35
Andere	5
	48
	9

■ 2003 ■ 2004 ■ 2005



	2004	2005	Veränderung prozentual	Veränderung absolut		
Freiwillige Sammelstellen	Betriebsverpfleger	118	135	14%	17	
	Büros, Firmen allgemein	6 276	7 234	15%	958	
	Institutionelle Betriebe	536	662	24%	126	
	Schulen, Bildung	1 358	2 037	50%	679	
	Arbeitsort	8 288	10 068	21%	1 780	
	Gastronomie, Hotellerie	1 558	2 101	35%	543	
	Sportbetriebe	1 180	1 330	13%	150	
	Touristik, Verkehrsbetriebe	307	389	27%	82	
	Unterhaltungsbetriebe	392	447	14%	55	
	Freizeit	3 437	4 267	24%	830	
	Gemeinden	1 547	643	6%	96	
	Städte, Gemeinden	1 547	1 643	6%	96	
	Behörden, Ämter	147	179	22%	32	
	Politik, Recht	1	1	0%	–	
	Presse, Werbung	25	25	0%	–	
	Umwelt, Ökologie	6	7	17%	1	
	Verbände, Vereine	25	45	80%	20	
	Behörden, Presse, Vertrieb	204	257	26%	53	
	Diverse PET-Recycling Schweiz	24	24	0%	–	
	Flaschen-/Preformproduktion	4	4	0%	–	
	Lieferanten PET-Recycling Schweiz	9	9	0%	–	
	Transportunternehmen	33	42	27%	9	
	Verwertungsbetriebe	7	7	0%	–	
	Andere	77	86	12%	9	
	Freiwillige Sammelstellen	13 553	16 321	20%	2 768	
	Verpflichtete Sammelstellen	Einkaufszentren	21	21	0%	–
		Food-Discounter	132	132	0%	–
Food-Fachhandel		1 734	1 852	7%	118	
Food-Filialbetriebe		1 594	1 619	2%	25	
Grossverteiler		1 449	1 472	2%	23	
Kioske		729	939	29%	210	
Non-Food-Handel		86	109	27%	23	
Tankstellen		636	721	13%	85	
Verbrauchermärkte		59	60	2%	1	
Warenhäuser		102	108	6%	6	
Detailhandel		6 542	7 033	8%	491	
Abfüller, Hersteller		60	64	7%	4	
Cash-and-carry-Geschäfte		39	40	3%	1	
Zulieferer, Grosshandel		8	9	13%	1	
Zustelldienste		239	268	12%	29	
Herstellung, Abfüllung, Vertrieb		346	381	10%	35	
Verpflichtete Sammelstellen		6 888	7 414	8%	526	
Total Sammelstellen	20 441	23 735	16%	3 294		

Überwachte Sammelstellen in den Gemeinden werden finanziell entschädigt

Seit Anfang 2005 bietet PET-Recycling Schweiz Gemeinden und Städten aktive Unterstützung bei der Planung und Realisierung von Sammellösungen an und leistet eine finanzielle Entschädigung für den Aufwand. Bedingungen sind eine Mindestsammelmenge von acht Tonnen PET pro Jahr, eine ausreichende Qualität des Sammelgutes und eine strukturierte Organisation des Sammelprozesses. Im vergangenen Jahr fanden hierzu Gespräche mit mehr als 300 Gemeinden statt.

SBB sammelt PET in RailCity-Bahnhöfen

Seit Februar 2005 beteiligen sich die RailCity-Bahnhöfe Basel, Bern, Genf, Lausanne, Luzern, Winterthur und Zürich an der PET-Sammlung. Mit der SBB als Sammelpartner ist ein weiterer Meilenstein im Ausbau des Service public erreicht worden. Das Sammeln von PET-Getränkflaschen bei den Verkaufsstellen allein reicht bei Weitem nicht, das heisst, ohne Service public könnte die gesetzlich vorgeschriebene Verwertungsquote von 75 Prozent niemals erreicht werden. Die neuen PET-Container stehen in den RailCity-Bahnhöfen unmittelbar dort, wo sich am meisten Konsumentinnen und Konsumenten aufhalten und wo Abfall anfällt: auf den Perrons, in den Bahnhofshallen und Ladenpassagen sowie in der Nähe von Verpflegungsständen. Im Verlauf des Jahres wurden zahlreiche weitere Sammelbehälter platziert und etliche Optimierungen vorgenommen.

McDonald's als neuer Sammelpartner

Einen wichtigen Erfolg im Convenience- und Takeaway-Bereich konnte PET-Recycling Schweiz mit McDonald's als Sammelpartner verbuchen. Traditionellerweise verkauft die Restaurantkette die



2005 wurde die leistungsfähigste PET-Flaschensortieranlage Europas in Frauenfeld eingeweiht

Getränke im Offenausschank. Seit 2005 führt sie auch stilles und kohlenensäurehaltiges Mineralwasser in PET-Getränkflaschen à 0.5 Liter im Sortiment. Seit dem 16. April 2005 sammelt jedes der 144 McDonald's-Restaurants in der Schweiz mit. Alle Filialen wurden mit einem oder zwei neuen silbernen PET-Metalldrainern à 110 Liter ausgerüstet. In den 200 Containern können pro Jahr schätzungsweise 1.25 Millionen PET-Flaschen zurückgewonnen.

Leistungsfähigste PET-Flaschensortieranlage Europas in Frauenfeld eingeweiht

Bis zu 140 000 PET-Getränkflaschen pro Stunde verarbeitet die modernste und leistungsfähigste PET-Sortieranlage Europas. Fünf Millionen Schweizer Franken investierte Müller Recycling AG in das neue Highend-Werk, das eine noch höhere Produktivität bei nahezu perfekter Qualität erzielt – und das zu tieferen Betriebskosten. Offiziell eingeweiht wurde das Hochleistungswerk am 19. April 2005, mit rund 200 Gästen aus der Getränke-, Logistik- und Recyclingbranche sowie weiterer «Prominenz» in Form

einer spektakulären Multimediashow. Besonders erfreulich war das Interesse von Printmedien, Radio und privaten TV-Stationen an der Einweihungsfeier und der anschliessenden Medienkonferenz.

Ausrüstung von nahezu 900 Schulhäusern

Seit dem Start der Kampagne im Juni 2005 haben sich 885 Oberstufen-, Maturitäts-, Diplommittel- und berufsbegleitende Schulen angemeldet, und es wurden über 9 000 Sammelbehälter bestellt. Im Rahmen der Kampagne war die Erstausrüstung mit PET-Sammelbehältern und Säcken kostenlos. Den Schulen entstanden somit keine Kosten. Die PET-Getränkflaschen landen nicht mehr im Abfall, sondern bleiben dem Recyclingkreislauf erhalten. Parallel dazu wurden 40 000 Merkblätter «Das Wichtigste in Kürze» bezogen. Das Thema PET-Recycling wurde mit den Schülern und Schülerinnen rege behandelt, zum Beispiel im Umweltunterricht oder in Projektwochen. Obwohl die Sammelbehälter erst ab August 2005 ausgeliefert wurden, zeichnete sich bereits kurz darauf der Erfolg ab. Allein in den Monaten Oktober und November 2005



Nationale PET-Kampagne
«Jede Flasche zählt!!»



PET-Sammelbehälter in neuem Kleid



Nationale PET-Kampagne
«Jede Flasche zählt!!»

wurden 30 Prozent mehr PET-Getränkeflaschen gesammelt als in der vergleichbaren Vorjahresperiode.

25-Franken-Aktion: mehr als 500 neue Sammelstellen in Büros

Mit dem Ziel, neue Bürosammelstellen zu gewinnen, wurden im Oktober Inserate in der Wirtschaftspresse geschaltet und parallel dazu wurde ein Sonderangebot für Büroboxen adressiert verschickt. Dadurch konnten von Oktober bis Dezember 2005 mehr als 500 Firmen neu zur Separatsammlung von PET-Getränkeflaschen bewogen werden.

«PET-Fahnder» in der Schule

Parallel zur Ausrüstung der Schulen mit PET-Sammelbehältern hat ein Wettbewerb stattgefunden. Bis Ende Jahr wurden 80 Schüler/-innen für die korrekte Entsorgung der PET-Getränkeflaschen mit je 100.– Franken belohnt. «PET-Fahnder» begaben sich in die Schulen und wurden durch die Informationsplakate und den Aufruf zur korrekten Entsorgung der PET-Getränkeflaschen leicht von den Schülern und Schülerinnen erkannt.

PET-Sammelbehälter in neuem Kleid

Allen PET-Sammelbehältern wurde ein neues Kleid verpasst. Die neue Optik mit gesammelten PET-Getränkeflaschen soll den Konsumentinnen und Konsumenten vor Augen führen, dass in die PET-Behälter ausser PET-Getränkeflaschen kein anderer Abfall gehört und dass aus den vielen ausgetrunkenen Flaschen in einem Recyclingprozess wieder neue Flaschen entstehen. Inzwischen werden an den unterschiedlichsten Orten PET-Getränkeflaschen gesammelt. An jedem Ort mit dem geeigneten Behälter. Auf dem Pausenplatz steht der robuste und wetterfeste Metallcontainer und im Büro der dezente, in Silber lackierte Container. Es wurde aber nicht nur die Optik verändert, sondern auch auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Sammelstellen eingegangen. Aus Kunststoffcontainern wurden formschöne und elegante Metallcontainer und Kunststoffsammelboxen ergänzt neu Kartonsammelboxen.

«Jede Flasche zählt»!: die nationale Kampagne

Um auch die letzten vermissten Flaschen noch für die Wiederverwertung zurückzugewinnen, wurde die Fahndungsaktion von 2004 fortgesetzt. Der aus der Sendung Aktenzeichen XY bekannte Schweizer «Oberfahnder» Konrad Toenz erhielt Unterstützung aus dem Ausland: Peter Nidetzky, der in der Aktenzeichen-XY-Sendung 32 Jahre lang aus dem Büro Wien moderierte, beteiligte sich an der Grossfahndung. Neu wurde über kurze Aufrufe am Radio und über Kleinanzeigen in der Presse auf das PET-Sammeln aufmerksam gemacht. Zudem wurden humorvolle Lautsprecherdurchsagen entwickelt, die an Freizeitanlässen sowie in Freizeit- und Vergnügungsanlagen abgespielt wurden. Mit Erfolg: Unter den Auszeichnungen in der Werbebranche sind diejenigen des Art Directors Club (ADC) zweifellos die begehrtesten und diejenigen, die den höchsten Stellenwert geniessen. Gleich zweimal Bronze gewann die PRS-Kampagne in den Kategorien «Aussenwerbung» und «Verkaufsförderung» und dazu einen Platz auf der Shortlist in der Kategorie Film.



Gamen und recyceln: Code-R

PET-Flaschen, Aludosen oder Batterien unterwegs im Zug interaktiv sammeln und beim Aussteigen die mitgebrachte PET-Flasche fachgerecht entsorgen – das neue Handy-Game «Devil's Rock» ist das siebte und bisher erfolgreichste Handy-Game von Code-R. Die von Swiss Recycling lancierte und vom BUWAL unterstützte Kampagne Code-R arbeitet mit verschiedenen Recycling-Organisationen zusammen (Inobat, Texaid, Ferro Recycling, Vetro Swiss, IGORA und PET-Recycling Schweiz). Die sechs vorgängigen Spiele standen für jeweils eine Organisation und hatten dementsprechend ihre eigenen Spielfiguren. Mittlerweile wurden mehr als 250 000 dieser Games aufs Handy geladen.

Zurückbringen bringt's: die Anti-Littering-Kampagne

Mit TV- und Kinospots sowie einer einprägsamen Plakatkampagne werden die Abfallsünder zum Nachdenken gezwungen und zu mehr Eigenverantwortung ermahnt. Schauplätze der Kampagne sind die eigenen vier Wände und weitere Orte,

wo wir es gern schön aufgeräumt und sauber haben, wo uns Abfall am meisten stört. Eindrückliche Litteringszenen in Schlaf-, Wohn- und Kinderzimmern, in einer Boutique und im Restaurant bringen diese Botschaft mit treffenden Headlines auf den Punkt und führen vor Augen, dass es eben auch im öffentlichen Raum eine Selbstverständlichkeit sein sollte, den Abfall nicht einfach liegen zu lassen. «Was im Restaurant stört, stört auch auf dem Trottoir» steht da zum Beispiel oder «Was in der Boutique stört, stört auch in der Fussgängerzone». Die gesamtschweizerische Informationskampagne wurde erstmals zusätzlich von über 600 Gemeinden und Städten mit eigenen Plakatierungen übernommen.

Umschlagszentren

Im Jahr 2005 konnten wir zwei weitere Umschlagszentren einrichten. Dank deren grober Vorsortierung konnte der Sortierprozess weiter optimiert werden. Das Verdichten des Leergutes zu Pressballen hat zusätzlich geholfen, die Steigerung der Transportkosten in Grenzen zu halten.

Sortierung

Nach den Auswertungen des ersten Audits der Sortierzentren Anfang 2005 stellten wir fest, dass die Qualität des sortierten Outputs nicht unseren Schweizer Erwartungen entsprochen hat. Die in Zusammenarbeit mit den Sortierzentren sofort in die Praxis umgesetzten Massnahmen haben sich positiv bewährt, und wir haben bis zum zweiten Audit im 4. Quartal 2005 wesentliche Verbesserungen erzielen können.

Direktentsorgung

Gegenüber den Abfüllbetrieben, den Importeuren und dem Handel in der Schweiz haben wir unser Angebot an Dienstleistungen weiter ausbauen können. Dank der Einrichtung von zwei Kompetenzzentren sind wir nun in der Lage, eine fachgerechte Entsorgung auch für fertig produzierte und konfektionierte PET-Ge-

tränkeflaschen anzubieten. Dabei garantieren wir die fachgerechte Entsorgung des Flascheninhaltes und die Aufbereitung der verbleibenden Wertstoffe.

Verwertungsbetriebe

Dank intensiver Verhandlungen ist es uns gelungen, für sämtliche durch unsere Sortierzentren separierten Qualitäten (Farben) in der Schweiz und im benachbarten Ausland mindestens einen Verwertungsbetrieb zu evaluieren und somit auch längerfristige Partnerschaften aufzubauen. Dadurch konnten wir das Abnehmerrisiko weiter reduzieren und die Garantie der stofflichen Verwertung wesentlich erhöhen.



Nationale PET-Kampagne «Jede Flasche zählt!»

Einfluss eines Zwangspfandes in der Schweiz

Eine Studie, die im Auftrag des BUWAL durchgeführt und von IGORA und PET-Recycling Schweiz mitfinanziert wurde, zeigt ernüchternde Resultate: Mit einem Pfand von 50 Rappen pro kleine PET-Flasche könnte eine durchschnittliche Rücklaufquote für alle Flaschen zwischen 75 und 84 Prozent erreicht werden. Dieser Wert liegt nur wenig über demjenigen Resultat, das die Mitglieder von PRS auf freiwilliger Basis und zu einem Bruchteil der Kosten erreichen.

Pro verkaufte kleine PET-Pfandflasche müsste mit Kosten von 8 bis 16 Rappen allein zur Finanzierung des Pfandsystems (reine Organisationskosten) gerechnet werden. Abhängig vom Ausmass der Substitution von bepfandeten PET-Flaschen durch nicht bepfandete Getränkeverpackungen (z.B. Alu, Karton) müsste möglicherweise zusätzlich eine vorgezogene Entsorgungsgebühr (VEG) von maximal 5 Rappen pro verkaufte PET-Flasche erhoben werden. Das PET-Recycling würde damit komplizierter und zeitaufwändiger

für Händler, Geschäfte und Konsumenten. Neben diesen Zusatzkosten würde für die Konsumentinnen und Konsumenten der Rückgabekomfort geschmälert, weil es viel weniger Rückgabestellen geben würde.

Ein Pfand würde aber das Einsammeln von herumliegenden PET-Flaschen fördern. Weil PET-Flaschen jedoch nur einen geringen Anteil am gelitterten Abfall ausmachen, wird das Litteringproblem im Unterwegskonsum durch ein Pfand in keiner Art und Weise gelöst. (Litteringstudie der Universität Basel: Anteil aller Getränkeverpackungen am gesamten Littering ohne Zigaretten ist 16 Prozent. Auf PET-Getränkeflaschen entfallen knapp 5 Prozent. Werden Zigaretten beim Littering berücksichtigt, dann machen PET-Getränkeflaschen 1-2 Prozent am Littering aus.)

Zwangspfand in Deutschland negativ für Mehrwegverpackungen

Laut einer Studie mit dem Titel «Packungsmonitor», die das deutsche Aktionsforum Glasverpackung im letzten Herbst vorlegte, hat die umstrittene Pfandregelung für alle Einweggebilde

aus PET, Glas und Metall bis jetzt ihre propagierte Wirkung völlig verfehlt. Gemäss den Erhebungsdaten fiel der Anteil Mehrwegverpackungen im Bereich der alkoholfreien Getränke im ersten Halbjahr 2005 auf 48.4 Prozent. Im vergleichbaren Halbjahr 2004 betrug er noch 53.5 Prozent. Der Einweganteil kletterte im selben Zeitraum von 46.5 auf 51.6 Prozent. Wie von den Experten für Konsumtrends und Detailhandelspolitik schon seit Beginn der Pfanddiskussion erwartet wurde, ist nun die beabsichtigte Lenkungswirkung des Pfandes nach mehr als zwei Jahren Praxis ins Gegenteil umgeschlagen: Nach einem kurzen Einbruch – mit einer vorübergehenden Trendumkehr in den ersten Monaten nach der Pfandeinführung Anfang 2003 – sind die Einweggebilde eindeutig wieder auf dem Vormarsch, wie es schon vor 2003 der Fall war.

Ab Mai 2006 müssen in Deutschland alle Detailhändler nicht nur ihre eigenen, sondern alle materialgleichen Verpackungen zurücknehmen. Nach den Prognosen der Experten dürfte dies den endgültigen Durchbruch für die PET-Flasche bedeuten. Hintergrund ist: Jeder Detailhändler wird aus Kosten- und Logistikgründen bestrebt sein, seine Materialfraktion bei der Rücknahme möglichst gering zu halten. Da PET heute mit weitem Abstand die grösste Materialfraktion im Getränke-regal der Einweggebilde ist, dürften sich Glas und Dosen in diesem Bereich dann endgültig verabschieden. Betrug beispielsweise im Markt für alkoholfreie Getränke die Quote der Einwegverpackungen (PET, Glas und Dose) vor der Pfandeinführung insgesamt etwa 33 Prozent, so sackte sie unmittelbar danach auf einen Tiefstand von etwa 18 Prozent ab (Februar 2003). Heute hingegen – wo durch die Pfandeinführung Glas und Dose praktisch aus dem deutschen Markt eliminiert wurden – liegen die Einwegverpackungen bei etwa 42 Prozent und dieser Anteil bezieht sich fast ausschliesslich auf die PET-Flasche.

Einnahmen

Die Einnahmen aus dem vorgezogenen Recyclingbeitrag (VRB) lagen 2005 4 Prozent über dem Jahr 2004. Aus dem Verkauf der sortierten PET-Getränkeflaschen konnten Mehreinnahmen von 122 Prozent erzielt werden. Die Ertragssteigerung gegenüber dem Budget beträgt rund 4 Prozent.

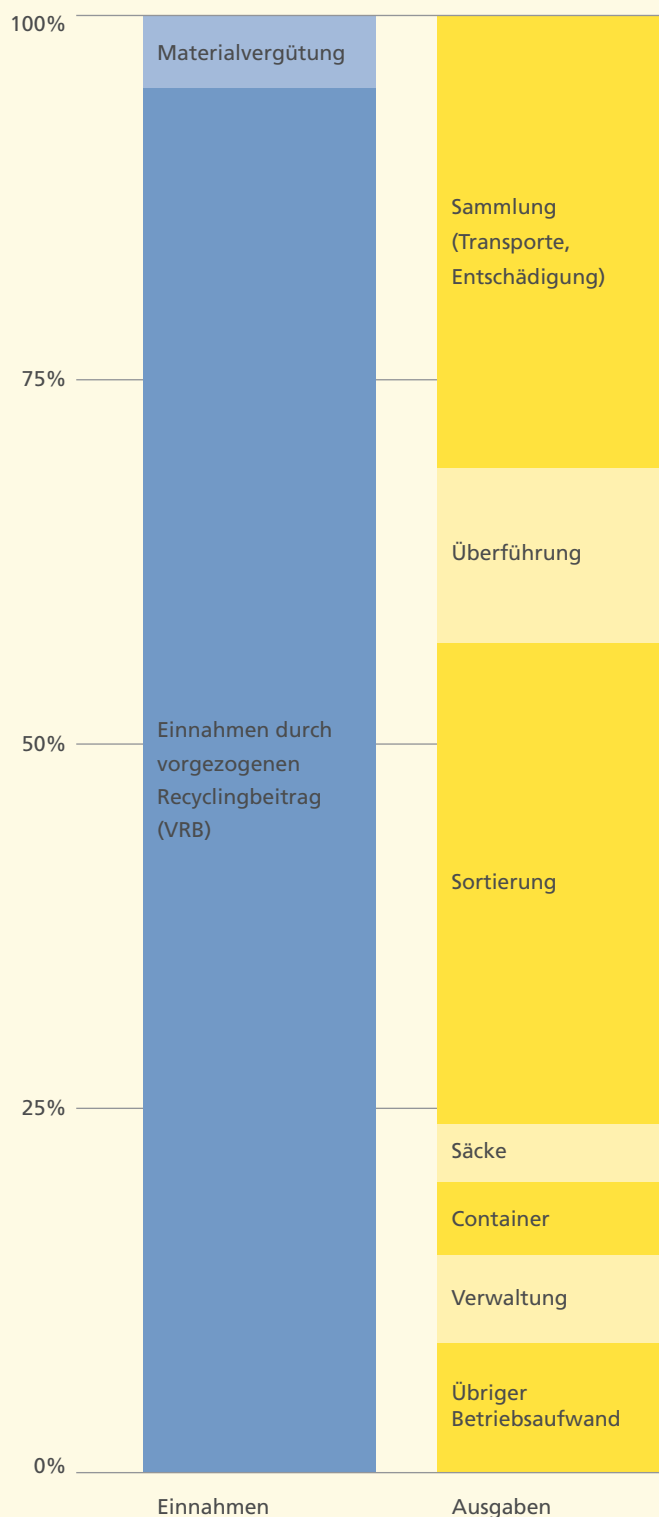
Ausgaben

Der Entsorgungsaufwand lag nach Rückstellungen für den Entsorgungsfonds etwa 8 Prozent über dem des Vorjahrs. Der Verwaltungsaufwand lag 2 Prozent und der übrige Betriebsaufwand rund 11 Prozent über den Budgetvorgaben.

Budget 2006

Das Budget 2006 geht von gleich bleibenden Verkäufen bei PET-Getränkeflaschen aus. Der Ertragsanteil für den Verkauf der sortierten PET-Getränkeflaschen ist mit rund 20 Prozent budgetiert (Vorjahr 10 Prozent). Die Entsorgungskosten sind für das Jahr 2006 mit 1.02 CHF/kg angesetzt.

Struktur der Einnahmen und Ausgaben 2005





Die PET-Sammlung an Schulen wird auch 2006 weiter ausgebaut

Freiwillige Lösung beibehalten!

Die Selbstentsorger sammeln PET. Das reicht aber bei Weitem nicht. Was ihnen fehlt, sind die entscheidenden Quotenpunkte, beigesteuert von den freiwilligen Sammelstellen. Diese über 15000 Sammelstellen gehören zu einem Sammelnetz, das die Branchenorganisation PET-Recycling Schweiz betreibt und das sie permanent ausbaut.

Den Aufwand für das Sammelnetz – unter anderem – schenken sich die Selbstentsorger. Damit sparen sie im Moment Geld, auf Kosten der Konsumentinnen und Konsumenten, der Gemeinden und der Umwelt: mehrere Millionen Franken pro Jahr. Sie beteiligen sich nicht an der Branchenorganisation PET-Recycling Schweiz und dadurch haben sie Wettbewerbsvorteile. Nun hat sich auch der Neuzugang aus Deutschland diesen Trittbrettfahrern angeschlossen. Es ist ein offenes Geheimnis, dass die Branche nicht länger gewillt ist, diesen Zustand hinzunehmen. Nötigenfalls wird die freiwillige Branchenlösung «zu Gunsten» einer teureren, aber staatlichen Gebühr geopfert.

Eine für alle teurere staatliche Lösung, und die Hochpreisinsel Schweiz hätte wieder ohne jeglichen Zusatznutzen einen Kostenzuwachs erhalten.

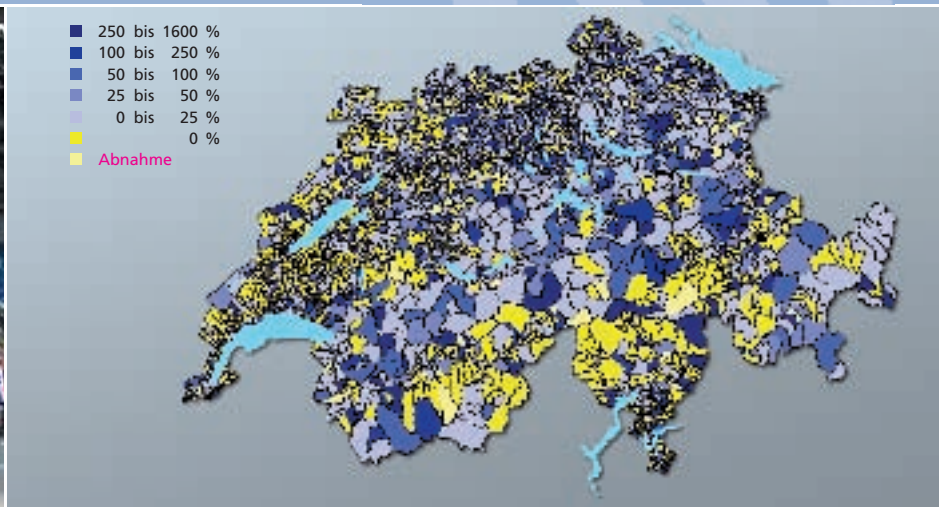
Das oberste Ziel einer staatlichen Gebühr, z.B. einer vorgezogenen Entsorgungsgebühr (VEG) auf PET-Getränkeflaschen, ist nicht, ein wirtschaftliches Sammel-/Recyclingsystem zu betreiben, sondern eine Kostendeckung zu realisieren. Die VEG regelt zwar die Finanzierung, sie hat aber keinen nennenswerten positiven Einfluss auf die Erreichung der Quotenvorgabe von 75 Prozent. Die freiwillige Branchenlösung, die heute – nebst unzähligen hilfreichen Dienstleistungen – die unverzichtbaren 20 Quotenprozent aus dem Service public beschafft, wird es dann jedenfalls nicht mehr geben. Die Konsequenz einer derart massiven Verfehlung der Quotenvorgabe bei einer staatlichen Lösung ist das Zwangspfand. Eine Lösung, von der seit der BUWAL-Studie bekannt ist, dass zwar die Verwertungsquote erreicht würde, dafür aber happige Zusatzkosten (Organisationsaufwand) von 8 bis 16 Rappen pro verkaufte Pfandflasche entstehen

würden. Der Rückgabekomfort würde stark geschmälert und für Konsumenten und Konsumentinnen, Geschäfte und Händler würde der Rückgabeprozess komplizierter. Der mangelnde Rücklauf aus dem Unterwegskonsum würde mit dem Pfand auf PET nicht kompensiert, sondern es käme zu Umlagerungen auf andere nicht bepfandete Verpackungen wie Aludosen oder Getränkekartons.

Die Möglichkeit der Branche, selbstständig Massnahmen zu ergreifen, schafft stärkere Anreize für die Bildung effizienter und Kosten sparender Recyclingsysteme als eine staatliche Regelung mit festgelegten Gebühren und Kontrollsystemen. Versagt jetzt die Wirtschaft bei der Findung einer auf freiwilliger, privatwirtschaftlicher Basis funktionierender Lösung, kommt der Bund jedoch nicht mehr umhin, eine staatliche Lösung einzuführen (Subsidiaritätsprinzip).

Nationale Verwertungsquote von 80 Prozent

Als oberstes Ziel hat sich PET-Recycling Schweiz gesetzt, eine nationale Verwertungsquote von 80 Prozent zu er-



Neben der Sammlung an SBB-Bahnhöfen werden 2006 auch Privatbahnen mit PET-Sammelbehältern ausgerüstet

Veränderung an freiwilligen Sammelstellen 2004/2005

reichen. Was zum Konsumieren herausgeht, soll via Sammelprozess zur Verwertung auch wieder hereinkommen.

Damit eine staatliche Intervention wie zum Beispiel die Einführung eines Pfandes auf PET-Flaschen vermieden werden kann, ist es wichtig, dass die nationale PET-Sammelquote der Mindestanforderung der Verordnung über Getränkeverpackungen entspricht.

Rückgabe-Convenience weiter erhöhen

Eines der wichtigsten Anliegen bleibt weiterhin, die Rückgabe-Convenience für die Konsumentinnen und Konsumenten zu erhöhen. Daher ist auch für das Jahr 2006 der Ausbau des Sammelstellennetzes eine der zentralen Anstrengungen. Besonders die freiwilligen Sammelstellen werden im Sammelnetz von PET-Recycling Schweiz immer wichtiger, da Konsumentinnen und Konsumenten ihre Getränke – vor allem mit weniger als 1 Liter Inhalt – vermehrt unterwegs konsumieren und die leeren Flaschen auch dort entsorgen wollen. Diesem Bedürfnis entsprechend wird im

Jahr 2006 beim Ausbau des Sammelstellennetzes vor allem auf den Unterwegskonsum geachtet:

SBB-Bahnhöfe + / Regionalverkehr Mittelland / BLS

Nachdem im vergangenen Jahr die sieben RailCity-Bahnhöfe der SBB mit insgesamt 138 öffentlich zugänglichen PET-Sammelcontainern ausgerüstet wurden, kommen in diesem Jahr neu 23 Bahnhöfe+ (z.B. Thun, Neuenburg, Baden) der SBB dazu. Zusätzlich wird das Sammelnetz auch auf Privatbahnen ausgedehnt. So bekommen alle 24 bedienten Bahnhöfe der Regionalverkehr Mittelland AG (Raum Bern–Mittelland–Solothurn–Emmental) sowie 12 weitere Bahnhöfe der BLS Lötschbergbahn AG ab Frühjahr 2006 eine öffentliche PET-Sammelstelle mit total etwa 40 Sammelcontainern.

Bergbahnen

In der Schweiz gibt es rund 650 Seilbahnunternehmen. Davon haben bisher nur wenige eine PET-Sammelstelle, was aber bei einem Transport von über 310 Millionen Fahrgästen pro Jahr wichtig

wäre. Für das Jahr 2006 hat PET-Recycling Schweiz deshalb das Ziel, Bergbahnen mit PET-Sammelbehältern auszurüsten und somit auch die umliegenden Berg-Gastrobetriebe an das PET-Sammelnetz anzuschliessen.

Schulen

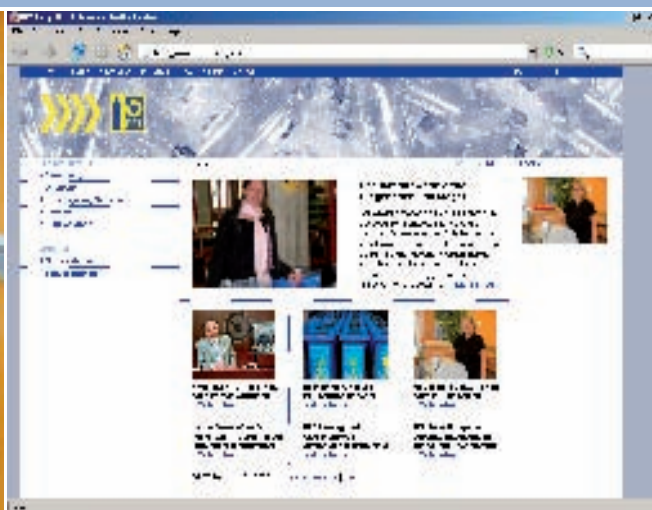
Nach dem erfolgreichen Schulprojekt 2005 mit dem Zielpublikum Sekundar-, Real-, Maturitäts-, Diplommittel- und berufsbildende Schulen wird das Projekt 2006 erneut durchgeführt. In diesem Jahr liegt das Hauptaugenmerk auf Bildungsinstitutionen der beruflichen Weiterbildung, der Erwachsenenbildung und auf Fachhochschulen und höheren Fachhochschulen.

Baustellen

Auf Baustellen werden viele Getränke aus PET-Flaschen konsumiert. Diese landen wegen der vielen Entsorgungsmöglichkeiten (Mulden usw.) meist im Mischabfall. Mit gezielten Massnahmen soll vor allem im Bereich der Arbeiterbaracken die separate PET-Sammlung gefördert werden. Der Slogan «Nachhaltiges Bauen» steht bei Baufirmen ganz oben in



2006 werden Takeaways mit verschiedenen Massnahmen zum PET-Sammeln animiert



Die Website www.petrecycling.ch wird im ersten Quartal 2006 völlig neu erstellt

der Kommunikation. Diese Aussage soll sich aber nicht nur auf das Bauwerk an sich richten, sondern auch auf die Art und Weise, wie das Bauwerk entsteht. Dabei sollte die Separatsammlung von PET-Getränkeflaschen ein weiterer Schritt sein.

Takeaways

In der Schweiz gibt es eine Vielzahl von Takeaways, die immer noch kein PET sammeln, obwohl sie gemäss Verordnung über Getränkeverpackungen dazu verpflichtet wären. Im Jahr 2006 werden die Takeaways nun mit verschiedenen Methoden zum PET-Sammeln animiert – unter anderem in Zusammenarbeit mit Gemeinden und Städten und durch Informationsmassnahmen beim Abhol-grosshandel.

Kioske

Seit Anfang 2006 konnte PET-Recycling Schweiz knapp 150 weitere Kioske der Valora AG mit Sammelbehältern ausrüsten, bis Ende Jahr sind sogar 400 neue Sammelstellen bei Kiosken geplant. Gesamtschweizerisch zählt die Valora 1200

Kiosk-Verkaufsstellen, von denen jetzt fast 500 eine Sammelmöglichkeit anbieten. Im Weiteren ist es ein grosses Ziel für 2006, das Westschweizer Pendant zur Valora, die Naville SA, in den PET-Sammelprozess einzubinden.

Sortierung: kontinuierliche Prozessoptimierung

Gemäss PRS-Prognosen kann 2006 mit einer Sortiermenge von ca. 31000 Tonnen PET-Getränkeflaschen gerechnet werden. Damit die zu erwartende Menge auch im laufenden Jahr optimal verarbeitet und die Durchlaufzeit bei der Sortierung reduziert werden kann, werden die bestehenden Sortierzentren ihre Prozesse weiterhin optimieren. Dank der Durchführung von zwei Audits pro Jahr können diese Prozesse kontinuierlich verbessert und entsprechende Korrekturmassnahmen schnell umgesetzt werden.

Transporte, weiteres Umschlag-zentrum geplant

Der gewährte Treibstoffzuschlag von 3 Prozent belastet die Transportkosten für

die Sammlung und Überführung im laufenden Jahr. Insgesamt betreibt PRS elf Umschlagszentren, deren Standorte sich auf die ganze Schweiz verteilen. Im Jahr 2006 wird eine weitere Einrichtung dazukommen. Dank der groben Vorsortierung kann der Sortierprozess weiter optimiert werden. Das Verdichten des Leergutes zu Pressballen und die Verlagerung des Transportgutes von der Strasse auf die Schiene helfen mit, die Steigerung der Transportkosten in Grenzen zu halten.

Drittsammler erfüllen Kundenbedürfnis

Ein weiterer Schritt zur Erweiterung unseres Dienstleistungsangebots betrifft die Einführung so genannter Drittsammler. Viele Grossunternehmen (Banken, Versicherungen, Spitäler usw.) wünschen, hauptsächlich aus Gründen der Betriebssicherheit, nur noch einen einzigen Ansprechpartner für die Entsorgung aller Wertstoffe. Dieser entspricht in den meisten Fällen nicht unserem lokalen Entsorgungspartner. Durch die Einbindung von Drittsammlern wird das Sammelstel-



Bis Ende 2006 sind 400 neue Kiosk-Sammelstellen geplant

lennetz weiter ausgebaut. Die Zugänglichkeit zu zusätzlichen PET-Sammelstellen wird optimiert und die Sammelmenge dadurch gesteigert.

Redesign Homepage

Um den gestiegenen Bedürfnissen an unsere Homepage gerecht zu werden, wird die Website www.petrecycling.ch im ersten Quartal völlig neu erstellt. Dieses Redesignkonzept überführt die aktuelle Version in eine modulare, transparente Umgebung – technologisch und organisatorisch. Durch dieses Redesign streben wir eine weitere Performancesteigerung und eine verbesserte Usability an. Ausserdem sollen Unterhalt und Betrieb der Homepage vereinheitlicht werden.

Kampagnen im Jahr 2006

PET-Sammelwettbewerb

Wie beim Ausbau des Sammelnetzes wird auch beim PET-Sammelwettbewerb 2006 das Hauptaugenmerk auf den

Unterwegskonsum gelegt. Dabei wird in den Monaten Juni bis August – in denen durch einen erhöhten Getränkekonsum und als Folge diverser grosser Veranstaltungen der Verlust von PET-Getränkeflaschen am grössten ist – ein nationaler Wettbewerb durchgeführt. Konsumentinnen und Konsumenten können ihre leeren PET-Getränkeflaschen mit Name und Adresse versehen und in den nächsten PET-Sammelcontainer einwerfen. Diese beschrifteten Flaschen nehmen dann an der regelmässigen Ziehung der Gewinner/-innen teil.

Anti-Littering-Kampagne

Um die Schweizer Bevölkerung weiterhin für das Thema Littering und dessen Vermeidung zu sensibilisieren, geht die Anti-Littering-Kampagne in das dritte Jahr. Neben TV-Spots während der Fussball-WM und einem grossen Plakatausgang sind weitere flankierende Aktivitäten geplant.



• Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfung
Börsenstrasse 21
Postfach
8002 Zürich, Schweiz

• Telefon +41 (0) 43 20 61 11
Fax +41 (0) 43 20 61 20 04
www.ey.com/ch

An die Mitgliederversammlung des
VEREINS PRS PET-RECYCLING SCHWEIZ, ZÜRICH

Zürich, 22. Februar 2006

Bericht der Kontrollstelle

Als statutarische Kontrollstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung) des VEREINS PRS PET-RECYCLING SCHWEIZ, ZÜRICH für das am 31. Dezember 2005 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

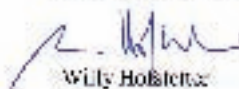
Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsurteile sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entspricht die Buchführung und die Jahresrechnung dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Ernst & Young AG


Willy Hölzinger
Ipt. Wirtschaftsprüfer
(Mitarbeiter)


Marc Arnet
Ipt. Wirtschaftsprüfer

Beilage:

Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung)

BILANZ PER 31. DEZEMBER 2005

	31.12.2005	31.12.2004
	CHF	CHF
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	7 669 147.00	9 607 134.68
Wertschriften	140 105.00	139 691.00
Festgeldanlagen	5 702 631.55	1 400 000.00
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5 476 160.24	4 138 512.35
Delkredere	-273 808.01	-207 328.82
Sonstige Forderungen	473 302.66	654 033.51
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	665 270.05	376 446.24
Beteiligung REDILO GmbH	0.00	8 000.00
Sachanlagen	170 275.78	116 337.31
TOTAL AKTIVEN	20 023 084.27	16 232 826.27
PASSIVEN		
Fremdkapital		
– Schulden aus Lieferungen und Leistungen	4 347 653.78	4 385 927.36
– Sonstige Verbindlichkeiten	9 534.20	0.00
– Passive Rechnungsabgrenzungsposten	2 914 468.39	2 841 683.07
– Rückstellungen	1 156 004.34	193 452.00
– Entsorgungsfonds ¹	8 600 000.00	6 450 000.00
– Rückstellung Marketing ²	500 000.00	50 000.00
– Rückstellung Verdichtungsanlage	0.00	120 000.00
Total Fremdkapital	17 527 660.71	14 041 062.43
Eigenkapital		
Vereinsvermögen		
– Vortrag vom Vorjahr	2 191 763.84	1 621 207.66
– Jahresgewinn / -verlust	303 659.72	570 556.18
Total Eigenkapital	2 495 423.56	2 191 763.84
TOTAL PASSIVEN	20 023 084.27	16 232 826.27

ERFOLGSRECHNUNG 2005

ERTRAG		
Mitgliederbeiträge	42 953 356.98	41 197 089.56
PET-Verkauf	4 652 731.85	2 104 261.60
Verrechnete Dienstleistungen	207 884.45	153 576.30
Zinsertrag	79 975.70	37 783.20
Wertschriftenertrag	414.00	6 086.35
Ausserordentlicher Ertrag	205 736.30	608 893.46
Gewinn aus Verkauf Anlagevermögen	4 501.93	13 436.10
TOTAL ERTRAG	48 104 601.21	44 121 126.57
AUFWAND		
PET-Entsorgung	37 465 998.22	34 760 584.41
Investitionsbeiträge	2 064 731.59	1 278 054.54
Personalkosten	2 032 067.16	1 913 204.14
Büro und Verwaltung	815 900.81	1 452 424.99
Information	3 973 239.69	2 701 364.27
Miete	152 272.45	151 370.45
Abschreibungen	308 342.66	1 092 682.54
Veränderungen Delkredere	66 479.19	-13 296.22
Steuern	-18 533.01	35 000.00
Ausserordentlicher Aufwand	7.85	111 999.61
Rückstellung Senkung VRB	1 000 000.00	0.00
Finanzerfolg	-59 565.12	67 181.66
TOTAL AUFWAND	47 800 941.49	43 550 570.39
JAHRESGEWINN / -VERLUST	303 659.72	570 556.18

¹ Entsorgungsverpflichtung, im Voraus bezahlter VRB

² Anmerkung: Anti-Littering-Kampagne

Wer steht hinter dem Verein PRS PET-Recycling Schweiz?

PET-Recycling Schweiz ist ein Verein, der von der Getränkebranche mit dem Sammeln von PET-Getränkeflaschen beauftragt ist. Nahezu alle Schweizer Getränkeproduzenten, Importeure, Abfüller und Detaillisten beteiligen sich heute am Recyclingsystem des Vereins. PET-Recycling Schweiz ist für die Sammlung von 85 Prozent aller PET-Getränkeflaschen in der Schweiz verantwortlich.

Vorstand



Henniez SA



Nestlé Waters (Suisse) SA



Coop



Evian-Volvic Suisse SA



Coca-Cola Beverages AG

MIGROS

Migros-Genossenschafts-Bund



Felschlösschen Getränke AG



Rivella AG

fenaco

Unternehmensgruppe der schweizerischen Agrarwirtschaft

Mitglieder

Acque e Terme di Vigizzo srl
 Adelbodner Mineral- und Heilquellen AG
 Bischofszell Nahrungsmittel AG
 Cetra Asset-Line SA
 Chaillet & Saltz SA
 Coca-Cola Beverages AG
 Coop
 Diageo (Suisse) SA
 DIWISA Distillerie Willisau SA
 Eden Springs (Switzerland) S.A.
 Emmi Frischprodukte AG
 Eurodrink AG
 Evian-Volvic Suisse SA
 Felschlösschen Getränke AG
 Mineralquelle Rhäzüns
 Gebrüder Schaerer SA
 Green Food Import SAGL
 H & Z food S.à.r.l.
 Heidiland Water Limited
 Henniez SA (Sources Minérales) (inkl. Alpwater)
 Hildon Mineralwater
 Invefin SA
 Lamda SA
 Landtwing Rütter AG Distillerie

Lateltin Lanz Ingold AG
 Laumann & Co. AG
 Lieler Schlossbrunnen Sattler KG
 Magro SA (Groupe)
 Manor AG
 Facility & Security Management
 Meli Direkt AG
 Migros-Genossenschafts-Bund
 Mineralquelle Bad Knutwil AG
 Mineralquelle Eptingen AG
 Mineralquelle Gontenbad AG
 Mineralquelle Lostorf AG
 c/o Mineralquelle Eptingen AG
 Mineralquelle Zurzach AG
 Morga AG
 Mosterei Möhl AG
 Mosterei Theo Wanner
 Nestlé Waters (Suisse) S.A.
 Nova Autoservice SA
 Pepsi-Cola GmbH
 Pepsi-Cola International Cork
 Rauch Fruchtsäfte Gesellschaft GmbH & Co
 Raviol d'Oro SA
 Red Bull (Schweiz) AG
 Revini SA

Rivella AG
 Rossi-Venzi AG
 Ruf & Drink AG
 Saftlade
 Schlör AG die Trinkfabrik
 Seba Aproz S.A.
 Service Top Santé
 Sicas S.A.
 Soyana Walter Dänzer
 Spar Handels AG
 Tamaro Drinks S.A.
 Theo Rietschi AG
 Thurella Eglisau AG
 Traktor Getränke AG
 TSL-Trading, Service & Launching GmbH
 Unidrink AG
 Unilever Bestfoods Schweiz AG
 Valser Mineralquellen AG
 Vecom AG
 Volg Konsumwaren AG
 Wander AG
 Weber E. & Cie AG
 Zamba Fruchtsäfte GmbH
 Ziegler Brot AG