



## **Bier auf Wein, das lasse sein; Wein auf Bier, das rat ich dir! Unterschiedliches Vorgehen lohnt sich auch bei Mehrweg-Strategien**

**Take home message - Roundtable 26. Juni 2023 in Brugg<sup>1</sup>**

**Der Volksmund rät zur Vorsicht beim Mischen von Bier und Wein. Die Diskussion am Roundtable im Technopark Aargau zum Thema Mehrweg zeigte, dass nicht nur beim Genuss der Getränke Unterschiede relevant sind, sondern auch beim Fördern von Mehrweg-Glasflaschen. Wenn Getränkeproduzenten also mit Mehrwegflaschen CO<sub>2</sub> einsparen wollen, eignen sich je nach Getränkesorte unterschiedliche Strategien.**

### **Mehrwert bei Mehrweg**

Gemäss einer bei Schützengarten durchgeführten Studie haben Mehrweg-Glasflaschen siebzehnmal geringere CO<sub>2</sub>-Emissionen als Einweg-Glasflaschen. Als eine der grössten regionalen Brauereien in der Schweiz setzt Schützengarten auch noch heute bewusst auf Mehrweg. Denn die Flaschen, welche die Brauerei nach dem Konsum einsammelt, reinigt und 30- bis 50-mal wiederverwendet, sparen viel Energie. Dies im Gegensatz zum Recycling, für welches die Altglasscherben bei 1580° geschmolzen werden, um daraus wieder neue Flaschen herzustellen. Das interessante Inputreferat von Dominik Rohner, dem Leiter Füllereien bei Schützengarten, zeigte ausserdem, dass sich Mehrwegglasflaschen für die Brauerei auch finanziell lohnen, da die Wiederverwertung von Flaschen im Fall von Schützengarten um Faktoren günstiger ist als der Kauf von Einwegglas.

Dass es noch andere Gründe gibt, auf Mehrweg-Glasflaschen zu setzen, zeigte das Inputreferat von Au REverre. Mehrwegsysteme haben das Potenzial Arbeitsplätze in der Schweiz zu schaffen, die Kundenbindung zu stärken und die regionale Wirtschaft zu fördern, welche zudem die Abhängigkeit von internationalen Lieferketten und globalen Rohstoffpreisen reduzieren kann. Auch die Veränderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen kann den Druck zur Umstellung auf Mehrweg stark erhöhen. Dies zeigt sich in der EU, wo Produzenten vermehrt angehalten sind, Mehrweg anzubieten.<sup>2</sup>



<sup>1</sup> Die Diskussion wurde von den Veranstalter/innen zusammengefasst und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder darauf, dass sie allen Teilnehmenden entspricht.

<sup>2</sup> Vgl. SRF-Echo der Zeit, 03.09.2023, <https://www.srf.ch/news/wirtschaft/kreislaufwirtschaft-mehrwegglas-soll-die-flut-von-plastikflaschen-reduzieren>

## Umweltbewusstsein im Getränkemarkt

Die dreizehn Teilnehmer/innen am Roundtable bestätigten, dass eine nachhaltige Wirtschaft immer wichtiger wird. Mehrere der anwesenden Unternehmen haben sich ambitionierte CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele gesetzt oder wollen in den nächsten Jahren klimaschonende Massnahmen ergreifen. Am Roundtable dabei waren Vertreter/innen der zwei grossen Aargauer Getränkeproduzenten Feldschlösschen und Rivella, von Lägere Bräu aus Wettingen, des Branchenverbands Aargauer Wein, der IG BierkulturAargau, des Logistikers Planzer Transport AG, der Detail- und Fachhändler Coop und Rio Getränkemarkt, von Vetrum (Wasch- und Sortiercenter für Glasflaschen), der NGO Pro Natura sowie Vertreterinnen der Verwaltungen der Stadt Baden und des Kanton Aargau. Gemeinsam eingeladen zum Roundtable hatten das Hightech Zentrum Aargau, die Standortförderung des Kanton Aargau und Au REverre.

Beim Roundtable stand die Frage im Zentrum, welchen Beitrag Mehrweg-Glas zum Klimaschutz leisten kann und wie dies in den Unternehmen umgesetzt werden könnte. In verschiedenen Bereichen funktionieren Mehrweg-Glasflaschen bereits gut, erzählten die Teilnehmenden. Zum Beispiel in der Gastronomie wird häufig Bier, Mineralwasser und teilweise Softgetränke in Mehrweg-Glasflaschen angeboten oder grössere Mehrweggebinde im Offenausschank genutzt. Dieser «Business to Business»-Absatzmarkt (B2B) ist gut etabliert. Im «Business to Consumer»- Absatzmarkt (B2C) funktioniert Mehrweg einerseits in den Regionen, in denen sowieso mit dem Auto eingekauft wird und andererseits im Onlinehandel mit Lieferung nach Hause.

## Mehr Mehrweg ist herausfordernd

Die lebendige Diskussion zeigte allerdings, dass es nicht immer einfach und auch nicht immer sinnvoll ist, auf mehr Mehrweg umzustellen. Verschiedenste Herausforderungen und Lösungsansätze wurden genannt, in den nachfolgenden Abschnitten werden nur einzelne herausgegriffen:

- Als ein entscheidender Faktor kam immer wieder das Verhalten der Konsumenten zur Sprache. Die meisten Konsument/innen in der Schweiz sind sich Mehrweg nicht mehr gewöhnt. Folglich, wenn Mehrweg im Endkonsumentenbereich (B2C) eingeführt werden will, braucht es Investition in die Sensibilisierung. Zudem handeln Konsument/innen nicht immer so ökologisch, wie sie gerne würden. Daher ist es zentral, die Rückgabe möglichst einfach zu machen und sie möglichst bequem auszugestalten. Diskutiert wurde die Möglichkeit von Abholung direkt bei den Konsument/innen oder zentrale Sammelstellen (siehe Abschnitt zu Chancen).
- Wie bei Mehrweg-Bierflaschen müsste auch beim Wein ablösbare Etiketten gewählt werden. Darauf muss auch bei Zusatz-Aufklebern geachtet werden, wie z.B. bei dem «Aargauer Staatswein» Aufkleber
- Regulatorische Herausforderung: Die vorgezogene Entsorgungsgebühr (VEG) kann auch für das Waschen und die Rückwärtslogistik zurückgefordert werden. Da dies jedoch nur einen einstelligen Rappenbetrag pro Flasche ausmacht, ist der Betrag zu tief, um den Mehraufwand für den ökologischen Mehrwert zu entschädigen oder gar Anreize zu setzen. Weitere Mängel der VEG sind, dass sie nicht gewichtsbezogen ist und Grossunternehmen keine VEG bei Öl- und Essigflaschen sowie Glasgefässen für Lebensmittel wie Konfitüre, zahlen müssen, während bei kleinen Abfüllern wie Winzer/innen dafür Kosten anfallen.



Gekürte Staatsweine 2023 mit schwer ablösbaren Aufklebern. Bild: aargauer-weine.ch

Grössere Unternehmen mit einem grossen Erfahrungsschatz setzen Mehrweg sehr bewusst ein und betrachten es als eine mögliche Option, einen Teil ihrer Produkte ökologisch anzubieten. Dies immer im Gesamtkontext einer ökologischen und wirtschaftlichen Getränkeherstellung.

- Gemäss der Ökobilanz Getränkeverpackung von 2014, welche Carbotech im Auftrag des Bundesamtes für Umwelt (BAFU) erstellt hat, sind Mehrwegglasflaschen aus Umweltsicht nicht für jedes Getränk und für jeden Verkaufskanal die richtige Wahl, es gilt also genau zu überprüfen welche Verpackung für ein Getränk gewählt wird und den geringsten ökologischen Fussabdruck zu erzeugen<sup>3</sup>

Mehrweg auszuweiten ist herausfordernd, aber wenn der Wille da ist, findet sich eine Lösung, sagte einer der Teilnehmenden. Auf diese Chancen, welche in einem Pilotprojekt umgesetzt werden könnten, geht der nächste Abschnitt ein.

### Chancen von Mehrwegglasflaschen und Ideen für ein Pilotprojekt

Für Getränkeproduzenten, die ihren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck senken wollen (und dabei den vollständigen Lebenszyklus „from cradle to grave“ ihrer Produkte betrachten), können Mehrwegglasflaschen ein zielführendes Mittel sein. Insbesondere, wenn die Flaschen keine grossen Transportdistanzen zurücklegen. Beim Bierkonsum zeigt sich vermehrt eine starke regionale Verbundenheit, welche den Umstieg auf Mehrwegglasflaschen begünstigen könnte. Weitere Chancen und Unterschiede nach Getränkesorte sind:

- Wein in Mehrwegglasflaschen hat sowohl in der Gastronomie als auch beim Verkauf direkt ab Betrieb noch grosses ungenutztes Potenzial. Wenn Winzer/innen direkt ab Betrieb verkaufen, wäre eine Umstellung auf Mehrwegglasflaschen durchaus denkbar, da im direkten Kundenkontakt auch auf die gewünschte Rückgabe beim nächsten Kauf hingewiesen werden kann.
- Heimlieferung mit Abholung des Leergutes ausweiten: Da sich Mehrwegglasflaschen im stationären Detailhandel aus Platzgründen als Herausforderung darstellen, bieten Lieferungen nach Hause eine grosse Chance, den Mehrweganteil zu erhöhen. Bereits bestehende Liefer- und Abholdienste könnten bekannter gemacht werden.
- Diskutiert wurden allgemeine Rückgabemöglichkeiten via Abholung der Post, Rückgabestellen bei den Verkaufspunkten und hochfrequentierte Orte wie Bahnhöfe und Ganzglas-Sammelstellen bei den Recyclingsammelstellen. Dabei wurden ökonomische und ökologische Kriterien in die Diskussion eingebracht, wie dass bei den Rückgabeorten genug grosse Lagerräume zur Verfügung stehen müssten oder regelmässige Abtransporte nötig wären und dabei auf CO<sub>2</sub> arme Logistik geachtet werden müsste (Leerfahrten füllen, erneuerbare Energie verwenden).
- Sich in einem kooperativen Prozess auf wenige Standardflaschen zu einigen, würde ein überbetriebliches Mehrwegglasflaschensystem enorm erleichtern. Es reduziert den Sortierungsaufwand, den Lagerplatzbedarf und vereinfacht die Logistik. Durch Skaleneffekte reduzieren sich die Kosten für jeden einzelnen. Vielen Konsument/innen fallen leicht unterschiedliche Flaschenformen und -farben womöglich gar nicht auf.
- Ein genug hohes Pfand bietet zwar einen Anreiz zur Verhaltensänderung, erfordert aber auch Investitionen in die Abwicklung der Geldflüsse. Gleichzeitig bedeuten klassische Pfandsysteme einen Zusatzaufwand für die Verkaufs- und Rücknahmestellen.

**"Wenn der Wille da ist, findet sich eine Lösung"**

<sup>3</sup> Vgl. Carbotech, Ökobilanz von Getränkeverpackungen, 2014, <https://carbotech.ch/cms/wp-content/uploads/Carbotech-LCA-Getraenkeverpackung-2014.pdf>

Anzustreben wäre daher eine Pfandlösung, die für die beteiligten Akteure einen möglichst kleinen Zusatzaufwand bedeutet, ähnlich wie bei Kooky.

Unternehmen und Verwaltungen können sich auf unterschiedliche Weise an Pilotprojekten beteiligen. Ein einfacher Schritt ist, bei der Beschaffung auf Mehrwegglasflaschen zu setzen, z.B. bei Aperos oder in betriebseigenen Restaurants das Sortiment anzupassen.

## Ausblick

Der Roundtable hatte zum Ziel, einen übergreifenden Austausch zu ermöglichen und sowohl Chancen als auch Limitierungen zu beleuchten.

In einem nächsten Schritt sollen Workshops den interessierten Firmen ermöglichen, gemeinsam mit Partnern die Umsetzung zu diskutieren und konkrete Aktionen zu definieren, wie Mehrwegglas im Getränkebereich sinnvoll umgesetzt werden könnte.



**DEPARTEMENT  
VOLKSWIRTSCHAFT UND INNERES**  
Standortförderung

