

Pressemitteilung
Kategorie: Verbraucher

Pressemitteilung

Berlin, 13.01.2016

Deutschlands Verbraucher wollen eine bessere Kennzeichnung beim Pfandsystem

Eine Mehrheit von 94 Prozent der Verbraucher fordert eine klare Kennzeichnung am Produkt selbst. 88 Prozent fordern, dass diese einheitlich und verbindlich ist.

Berlin, 13.01.2016 – Geht Ihnen das auch so? Beim Einkauf stehen Sie vor einem der Pfandautomaten. Sie füttern ihn. Schieben Flasche um Flasche aus Kunststoff oder Glas und auch Dosen in seinen Schlund. Sie verfolgen wie der Automat sein Flaschenfutter prüfend dreht, etwas tanzen lässt und dann in sich hineinsaugt – eine nach der anderen, als habe er großen Appetit. Aber plötzlich, er dreht und prüft, ein-, zwei- vielleicht ein drittes Mal und schiebt die Flasche unerbittlich zurück.

In Deutschland wurde am 1. Mai 2006 das DPG Pfandsystem eingeführt. Aber auch nach fast zehn Jahren sorgt es noch immer für Ärger. „Wie kann man das nur so kompliziert machen?“ - Das ist der häufigste Stoßseufzer, wenn Verbraucher beim Sortieren Zuhause oder vor dem Pfandautomaten entscheiden sollen. Was bringt Pfand, was muss im gelben Sack oder im Glascontainer entsorgt werden?

Noch immer schätzt fast jeder Zweite, genau 44 Prozent der Deutschen, sein Wissen über unser Pfandsystem als eher schlecht bis sehr schlecht ein. Noch schlimmer: 35 Prozent bekennen auch nach einem Jahrzehnt „null Ahnung“ davon zu haben. Oder anders herum: Nur zwei Prozent der Verbraucher fühlen sich sehr gut informiert über das deutsche Pfandsystem.

Das ist das Ergebnis einer im Mai 2015 erschienen Studie von MenteFactum. Ebenso ernüchternd: nur die Hälfte der Befragten kann den Unterschied zwischen Einweg und Mehrweg erklären. Zwei Drittel wiederum wissen nicht genau, für welche Flaschen und Dosen Pfand erstattet und falls ja, in welcher Höhe.

Dabei hat dieses Dauerärgernis eigentlich einen einfachen Grund: die unklaren Kennzeichnungen auf Getränkeverpackungen. Entweder weil sie nicht einheitlich oder zu ungenau sind oder ganz fehlen. Das kann und das muss man besser machen. Hat man ja auch schon. Schließlich gibt es, auch das hat die Studie offen gelegt, ein leuchtendes Beispiel dafür: Das einheitliche Logo auf Einweggetränkeverpackungen der Deutschen Pfandgesellschaft (DPG). Äußerlich eindeutig zeigt es klein und ganz in Schwarz eine Flasche, eine Dose und darunter ein Pfeil dessen Spitze den Ein-weg anzeigt. Die Kennzeichnung der DPG für pfandpflichtige PET-Flaschen und Dosen, die unmittelbar nach dem Gebrauch gesammelt und recycelt werden.

Bund Getränkeverpackungen
der Zukunft GbR (BGVZ)

Pressekontakt:

Katrin Barz
PR & Marketing
Bund Getränkeverpackungen
der Zukunft GbR
Marburger Straße 2
10789 Berlin
T. +49 30 859946-280
M. +49 177 6468655
E. katrin.barz@bgvz.de
Web. www.bgvz.de
Web. www.einweg-zukunft.de

Fast jeder Verbraucher, laut Studie genau 94 Prozent, hat dieses kleine Logo schon auf einer Flasche oder Dose erkannt. Und 73 Prozent können es sogar ohne einen expliziten Kontext einordnen. Eine deutliche Mehrheit ist inzwischen auch darüber informiert, dass pfandpflichtige Flaschen aus PET und Dosen aus Aluminium oder Weißblech für die Herstellung neuer Produkte verwendet und somit in den Werkstoffkreislauf zurückgeführt werden. Aber 63 Prozent der Verbraucher sind auch der Meinung, dass dieses weltweit einzigartige Pfandsystem noch immer viel zu wenig von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird.

Das Gesamtfazit der aktuellen Studie lautet deshalb: Die überwältigende Mehrheit der Deutschen (94 Prozent) fordert endlich eine klare Kennzeichnung und zwar am Produkt selbst! Und 88 Prozent wünschen sich darüber hinaus, dass diese für alle Hersteller einheitlich und verbindlich sein muss. Und das hieße endlich: „Schluss mit dem Ärger am Pfandautomaten“.

Pressemitteilung

Berlin, 13.01.2016

Bund Getränkeverpackungen
der Zukunft GbR (BGVZ)

Pressekontakt:

Katrin Barz
PR & Marketing
Bund Getränkeverpackungen
der Zukunft GbR
Marburger Straße 2
10789 Berlin
T. +49 30 859946-280
M. +49 177 6468655
E. katrin.barz@bgvz.de
Web. www.bgvz.de
Web. www.einweg-zukunft.de

Pressekontakt:

Katrin Barz
PR & Marketing
Bund Getränkeverpackungen der Zukunft GbR
Marburger Straße 2
10789 Berlin
T. +49 30 859946-280
M. +49 177 6468655
E. katrin.barz@bgvz.de
Web. www.bgvz.de
Web. www.einweg-zukunft.de

Über BGVZ

Der Bund Getränkeverpackungen der Zukunft (BGVZ) vertritt die Interessen hinsichtlich bepfandeter Einweggetränkeverpackungen führender Getränkehersteller, Handels-, Verpackungs- und Recyclingunternehmen mit circa 180.000 Mitarbeitern und einem Gesamtumsatz von über 70 Milliarden Euro im Jahr 2014. In Zusammenarbeit mit den Verbänden des Handels, der Ernährungswirtschaft und der Verpackungsindustrie setzt sich der Bund für eine verbraucher- und umweltfreundliche sowie diskriminierungsfreie Verwendung von Getränkeverpackungen ein. Zu den Gesellschaftern und Förderern gehören u. a. Aldi Nord, Aldi Süd, Ball Packaging Europe, Lekkerland, Lidl Deutschland, MEG, Red Bull, PepsiCo, Rexam sowie Bergbräu Holding, Carlsberg Deutschland, CCR Clearing, Dieck Erfrischungsgetränke, Frankfurter Brauhaus, Hydro Aluminium Rolled Products, interseroh, die Oettinger Brauerei-Gruppe, die Privatbrauerei und Mineralbrunnenbetrieb H. Egerer, Rhenus und Rhodius Mineralquellen.