



## 15.10.2019 Runder Tisch Verpackungen - Aktivitäten der Branche (Auswahl)

Unternehmen	Übergeordnete Ziele	Neue Maßnahmen / Ziele seit dem 1. Runden Tisch
 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Materialreduktion: Bis zum Jahr 2025 werden wir ggü. 2015 den Materialeinsatz unserer Eigenmarken-Produktverpackungen - relativ zum Umsatz - um 30% reduzieren.</li> <li>2. Recyclingfähigkeit: Bis 2022 sollen 100 % unserer Eigenmarken-Verpackungen recyclingfähig sein.</li> <li>3. Auslistung Einwegplastik-Produkte: Wir haben seit Anfang 2019 kein Einweg-Plastikgeschirr/-becher und keine Plastiktrinkhalme mehr im Sortiment.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Materialreduktion: Gewichtsreduzierung über alle Verpackungsfraktionen in 2018 von über 40.000 Tonnen im Vergleich zu 2015. Kunststoffeinsparungen in 2018 von rund 22.000 Tonnen im Vergleich zu 2015.</li> <li>2. Sensibilisierung unserer Kunden und Partner: Veröffentlichung Leitfaden für nachhaltigere Verpackungen. Aufbringung von Trennhinweisen auf allen Verpackungen // Tipps für die Tonne. Aufbringung des Logo Verpackungsmission auf optimierten Verpackungen. Aufbringung des Logo „Frei von Mikroplastik“.</li> <li>3. Obst &amp; Gemüse: Angebot Mehrwegnetz und kostenpflichtige Abgabe von recyclingfähigen O&amp;G-Knotenbeuteln aus nachwachsenden Rohstoffen für 1 Cent.</li> <li>4. Einwegplastik: Einführung eines zu 100% plastikfreien Wattestäbchen inklusive Verpackung.</li> </ol>



**Netto**  
Marken-Discount


1. Unser sehr wertiges Mehrwegnetz für Obst und Gemüse haben wir in diesem Jahr bisher rund 10 Mio. Mal verkauft. Damit konnten innerhalb von 3,5 Jahren 100 Mio. Knotenbeutel vermieden werden. Unser Ziel ist, bis Mitte 2022 die Anzahl der ausgegebenen Knotenbeutel um mindestens weitere 30 % zu reduzieren (Basis 2017).
2. Im gleichen Zeitraum werden wir parallel das vollständige Eigenmarkensortiment von verpacktem Obst & Gemüse analysieren und die Verpackung auf das absolute Minimum optimieren (Hygiene, Transportfähigkeit etc.).
3. Wir erweitern seit Jahren das vielfältige Angebot von Mehrwegtragemöglichkeiten konsequent: von MW-Etutaschen, über MW-Permanenttragetaschen bis MW-Klappboxen. Unser Ziel ist, bis Mitte 2022 die Anzahl der vertriebenen Einwegtragetaschen sowohl aus Plastik als auch aus Papier um mindestens weitere 30% zu reduzieren (Basis 2017).
4. Auch im Bereich der Drogerie gehen wir konsequent voran, um Verpackungen zu optimieren. Hier spielt der Einsatz von Rezyklat eine zentrale Rolle. Unser Ziel ist, bis Mitte 2022 bei allen PET-Flaschen der EDEKA- / Netto-Eigenmarken für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel 100 % Recyclingmaterial einzusetzen.

1. Wir verzichten seit dem letzten Runden Tisch vollständig auf Folien bei für den EDEKA- und Netto-Marken-Discount zentral von der EDEKA-Zentrale eingekauften / verhandelten Gemüsegurken.
2. Außerdem führen EDEKA und Netto ab diesem Jahr keine Einweg-Plastikartikel im Eigenmarkensortiment mehr, wie Einweggeschirr (Becher, Teller, Besteck, Trinkhalme) und Wattestäbchen.
3. Im Bereich der Bedientheken sind wir mit der Mehrweg-Frischebox Vorreiter in der Verpackungsvermeidung. Hier rollen wir die erfolgreichen Pilotprojekte gegenwärtig umfangreich aus.
4. Um den Verbraucher mitzunehmen und zu sensibilisieren, haben wir unter dem Motto „Unverpackt“ das Thema Plastikvermeidung in den vergangenen Wochen auf allen Kanälen in den Fokus gesetzt und eine umfangreiche Informationsoffensive gestartet.
5. Die Einführung eines "Entsorgungswegweisers" gibt seit dem letzten Runden Tisch dem Verbraucher erstmals die notwendigen Informationen an die Hand, die Verpackungen richtig zu trennen und somit die Recyclingquoten zu erhöhen.

**REWE**  
GROUP

1. 100% umweltfreundliche Eigenmarkenverpackungen bis Ende 2030 – umfassende Überprüfung aller Eigenmarkenverpackungen und aller Materialarten.
2. 100% zertifizierte Papierverpackungen bis Ende 2020.

1. 100% recyclingfähige Kunststoffverpackungen unserer Eigenmarken bis Ende 2025.
2. 20% weniger Kunststoff bei unseren Eigenmarkenverpackungen bis Ende 2025.
3. Seit April 2019 Unverpackt-Test für Bio-Obst & Gemüse bei REWE.

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Einführung von Mehrwegnetzen für Obst und Gemüse bei REWE und PENNY.</li> <li>4. Konkrete Beispiele in zahlreichen Produktkategorien in den Märkten: u.a. 100% Rezyklatflaschen bei ausgewählten Wasch-/Putz-/Reinigungsmitteln; erste 100%-Rezyklat-Wasserflasche, Natural Branding bei Süßkartoffeln, Sticker/Banderolen bei Bananen.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Seit Frühjahr 2019 Alternativen zu Plastiktrinkhalmen im Markt; schrittweise Auslistung von Plastikeinweggeschirr bis 2020.</li> <li>5. Seit Juni 2019 Möglichkeit zur Nutzung kundeneigener Behältnisse an der Servicetheke in rund 2.000 REWE-Märkten.</li> <li>6. Seit Oktober 2019 Gurken bei REWE und PENNY grundsätzlich ohne Folie.</li> <li>7. Bereits über 1.400 Verpackungen optimiert, Gesamtersparnis bereits mehr als 8.200 Tonnen Kunststoff (Stand Herbst 2019).</li> </ol>
<p><b>SCHWARZ</b></p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mindestens 20 % weniger Kunststoffeinsatz in unseren Eigenmarkenverpackungen bis 2025.</li> <li>2. Bis 2025 100 % der Verpackungen unserer Eigenmarken maximal recyclingfähig zu machen.</li> <li>3. Bis Ende 2019 Auslistung Einwegplastikartikel.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kaufland und Lidl führen Produktkennzeichnung "Bewusster-verpackt" (Kaufland) und "Verantwortlicher Verpackt" (Lidl) ein. Verbraucher können somit nachvollziehen, welche der folgenden Kriterien die optimierte Verpackung erfüllt: <ul style="list-style-type: none"> <li>- eine Recyclingfähigkeit von mindestens 80 %</li> <li>- ein Recyclatanteil von mindestens 30 %</li> <li>- eine Einsparung von Volumen oder Gewicht des Verpackungsmaterials von mindestens 10 %</li> </ul> </li> <li>2. Einführung von recycelbaren Mehrwegnetzen bei Obst und Gemüse.</li> <li>3. Kommunikationskampagne mit dem Ziel der Verbrauchersensibilisierung gestartet.</li> <li>4. Lidl, Kaufland und PreZero, treten der geTon (Initiative Gelbe Tonne) bei.</li> </ol>