



Initiative Coffee-to-go für Köln

AN/2076/2016

*Zwischenbericht,
Ausschusssitzung 07.07.2017*

Arbeitsauftrag

- Auftrag durch Ausschuss Umwelt und Grün der Stadt Köln an Verwaltung und AWB Köln (Sitzung am 08.12.2016, AN/2076/2016)
- **„Die AWB und die Verwaltung werden gebeten, eine Initiative zu initiieren um die Möglichkeiten zur Einführung eines Pfandsystems für Coffee-to-go Mehrwegbecher in Köln auszuloten bzw. zu prüfen“**
- **Fokus bei der Bearbeitung des Themas:**
 - **Heißgetränke**
 - **Externe Ausgabestellen**, d.h. Handel, Bäckereien, Kioske, Tankstellen,...
 - **Interne Ausgabestellen**, d.h. Stellen mit „geschlossenen“ Kreisläufen, wie Verwaltungen, Firmen mit Kantinen, ...

1. Einleitung



Bearbeitung des Themas



+ 15 Experten aus Handel, Industrie, Gastronomie und Verbänden

Vorgehen:

- Abstimmung Vorgehensweise, Recherche und Austausch mit anderen Städten
- Zwei (Kölner) Expertengespräche im Mai 2017

Zielsetzung:

- Gemeinsam mögliche Lösungsansätze für Köln aufzeigen
- Notwendige Erfolgsfaktoren definieren

Erkenntnis:

- Hohe Bereitschaft zur Mitarbeit & positives Feedback zur Vorgehensweise
- Eindeutiges Votum bzgl. der nächsten Schritte

2. Überblick



Anzahl Coffee-to-go Becher pro Tag in Köln

Externe Anfallstellen

Cafés, Stehcafés, Imbisse u. ä.	43.500 Becher
Kiosks, Tankstellenshops	28.500 Becher
Systemgastronomie, Restaurants mit Selbstbedienung	20.000 Becher
Lebensmittelmarkt, Supermarkt, Einzelhandel	46.500 Becher
Einzelhandel mit Back- und Süßwaren	17.000 Becher
Gesamt	> 155.500 Becher

Interne Anfallstellen

Universitätsangehörige (Studierende + Mitarbeiter/innen)	11.000 Becher
Beschäftigte in Firmen mit > 500 Mitarbeitern	10.000 Becher
Beschäftigte in Uni- versitätskliniken und Beschäftigte in Verwaltungen	2.500 Becher
Gesamt	> 23.500 Becher



**Täglicher Anfall von Coffee-to-go Einwegbechern in Köln
mindestens 179.000 Stück (> 65 Mio. Becher pro Jahr!)**

2. Überblick



Vergleich der Bechertypen nach deutscher Umwelthilfe

	Mehrwegbecher	Einwegbecher „Recycling“	Einwegbecher „Standard“	Einwegbecher „Bio“	Einwegbecher „Plastik“	Einwegbecher „Komfort“
Öko-Check handelsüblicher Coffee to go-Becher						
Material	Neu- oder Recyclingmaterial (z.B. Edelstahl, Kunststoff)	Pappe mit Recyclinganteil und (Bio-)Kunststoffbeschichtung	Pappe mit Kunststoffbeschichtung	Pappe mit Biokunststoffbeschichtung	Polystyrol	doppelwandig, mehrfachbeschichtet oder ineinander gestapelt

Einwegbecher sind ökologisch schädlich

- Einwegbecher sind nach Aussagen der Deutschen Umwelthilfe (DUH, 2015) sehr ökologisch unfreundlich in Bezug auf Wasserverbrauch, Energieverbrauch, Klimabelastung, Abfallvermeidung und Recycling
- Auch Einwegbecher aus / mit Biokunststoffen (PLA) und Bambus erhalten sehr schlechte Bewertungen (Abbau, Transport, Verwertbarkeit, ...)

Die Vorteilhaftigkeit von Mehrwegbechern ist noch nicht belegt

- Eine wissenschaftlichen Studie zur Ökobilanz von Einweg Coffee-to-go Becher im Vergleich zu Mehrwegbechern gibt es nach DUH bisher noch nicht
- Forschungsvorhaben vom BMUB in Vorbereitung

Kompostierung von Coffee-to-go Bechern



- Mit der Kompostierbarkeit von Bechern wird sowohl im Einwegbereich (Pappe, Maisstärke, etc.) sowie im Mehrwegbereich (Bambus, Lignin, ...) von Firmen geworben

Aber...

- „Die allgemeine Verwertung von Produkten aus Biokunststoffen über die Kompostierung [...] ist und bleibt ein Irrweg [...]!“ (BGG Kompost e.V., 2014)
- Der Produktgruppe der biologisch abbaubaren Kunststoffe [...] stehen wir nach wie vor zurückhaltend bis ablehnend gegenüber.“ (Umweltbundesamt, 2009)
- Bei der Zersetzung entsteht mitunter Mikroplastik im Kompost
- Auch die Diskussion von Bio Einwegtüten zur Kompostierung hat bereits gezeigt, dass dies an der Umsetzbarkeit scheitert
- Die AVG Köln steht der Kompostierung von Bechern ablehnend gegenüber

Eine Lösung für größere Mengen besteht in absehbarer Zeit nicht

Hygiene Anforderungen in NRW

Lösungen, die grundsätzlich akzeptiert werden

Landesamt für Natur,
Umwelt und Verbraucherschutz
Nordrhein-Westfalen



Betriebe, in denen die Befüllung hinter der Bedientheke erfolgt:

Befüllung von kundeneigenen Gefäßen auf dem Verkaufstresen mit Hilfe von Portionierbestecken oder Messgefäßen, ohne dass das vom Kunden mitgebrachte Behältnis berührt wird.

Betriebe, in denen die Befüllung in Selbstbedienung vor der Bedientheke erfolgt:

In Betrieben, in denen sich der Kunde selbst mit Kaffee bedienen kann und die Befüllung durch den Kunden selbst erfolgt, wird die Verwendung von kundeneigenen Mehrwegbecher toleriert.

3. Mögliche Lösungen



Betrachtung div. Konzepte zum Umgang mit Coffee-to-go



Einweg Systeme

Verwertung von Einwegbechern

- zur Kompostierung
- zum Recycling

Einweg Pfandsystem

- zentrale Rücknahme(-automaten)
- Rücknahme am Papierkorb



Mehrweg Systeme

Befüllung von Kundenbecher

- mit Verkauf von eigenen Bechern
- mit Reduktion / Aufschlag Preis

Mehrweg Pfandsystem

- zentrale / dezentrale Rücknahme
- mit / ohne Reinigung Ausgabestelle

Städtische Vorgaben

Städtische Vorgaben Einweg

- Verbot von Einweg Verpackungen
- Verpackungssteuer für Einweg

Städtische Vorgaben Mehrweg

- verpflichtendes Mehrwegsystem
- zentrale Finanzierung von Mehrweg

4. Lösungsansätze für Köln



Schwerpunktsetzung aus Sicht Workshop-Teilnehmer

EINWEG	EINWEG
1. Verwertung von Einwegbechern	
a) zur Kompostierung	
b) zum Recycling	
2. Einweg Pfandsystem	4 Punkte
a) Zentrale Rücknahme(-automaten)	
b) Rücknahme am Papierkorb	
c) Essbare Becher	<i>2 Punkte</i>
MEHRWEG	MEHRWEG
1. Befüllung von Kundenbechern	
a) mit Verkauf von eigenen Bechern	11,5 Punkte
b) mit Reduktion/ Aufschlag Preis	18,5 Punkte
2. Mehrweg Pfandsystem	
a) zentrale/ dezentrale Rücknahme	
b) mit/ ohne Reinigung Ausgabestelle	6 Punkte

4. Lösungsansätze für Köln

Befüllung von Kundenbechern (Mehrweg)



Erfolgsfaktoren aus Sicht Workshop-Teilnehmer

Aus Blickwinkel „Nutzer“

- **Ansprache Nutzergruppen differenzieren**
- **Sensibilisierung / Bewusstsein schaffen**
- Alternativen aufzeigen
- **Anreize / Mehrwert schaffen**
- **Aus Sicht der Kunden denken**

Aus Sicht „Anfallstelle“

- **Übergeordneten Kontext schaffen**
- **Sensibilisierung / Bewusstsein schaffen**
- Gemeinschaftliche Lösungen
- **Nachhaltiger Prozess**
- Kein rein wirtschaftlicher Aspekt
- Werbebudget bündeln & individuelle Kommunikation
- Zusätzliche Rücknahmemöglichkeiten schaffen
- „Köln Becher“ kreieren

5. Vorschlag zur weiteren Vorgehensweise



Grundsätzlich

- **Schaffung eines übergeordneten Kontextes:**
„Coffee-to-go“ im Rahmen von Abfallvermeidung im Abfallwirtschaftskonzept (AWK 2017-2026)
- **Fortführung Austausch mit anderen Städten / Ministerien**
(insb. München, Berlin und Hamburg), z.B.:
 - Machbarkeitsstudie zum Einsatz von Mehrwegbechern (Hamburg)
 - Entwicklung eines eigenen Mehrwegbechers (Hamburg, Berlin, Düsseldorf)
 - Kampagne gegen Becherflut/ Aufbau Pfandsystem (Berlin)
 - „Sensibilisieren, informieren, motivieren“ (München)
- **Teilnahme am Round Table Gespräch „Coffee-to-go-Becher“** in München
 - Austausch zu laufenden Studien (z.B.: Ökobilanz Mehrwegbecher, Anzahl in Verkehr gebrachter Becher)
 - Vorstellung von Pilotversuchen (z.B.: #1moreshot in Manchester = Verwertung von Einwegbecher)
 - Prüfung Pilotversuch in Köln zusammen mit McDonald's

5. Vorschlag zur weiteren Vorgehensweise



Schwerpunkt: Ausbau „Befüllung von Kundenbechern“ (1/2)

- **Stadtverwaltung als Vorbild**
Pilotversuch Mehrwegangebot für die städtischen Mitarbeiter im Stadthaus Deutz (*Start nach den Sommerferien*)
- Beauftragung einer Studie durch AWB zur „**Zielgruppenanalyse Coffee-to-go in Köln**“
 - Herausarbeitung der Anforderungen von Kölner Coffee-to-go Nutzern um deren „Nerv zu treffen“ und somit die Akzeptanz von Mehrwegsystemen zu erhöhen
 - Kernfragen:
 - Warum werden Einwegbecher benutzt?
 - Welche Anforderungen müssen geschaffen werden um Mehrwegsysteme zu nutzen?

5. Vorschlag zur weiteren Vorgehensweise



Schwerpunkt: Ausbau „Befüllung von Kundenbechern“ (2/2)

- Erarbeitung eines **Kommunikationskonzeptes** gemeinsam mit den Teilnehmern aus dem Expertenkreis
 - **Phase 1: Information für „Anfallstellen“**
Schwerpunkt:
 - Transparenz
 - Dialog & Austausch (z.B. www.coffee-to-go.koeln und Ausgabe von Infos/ Leitfäden)
 - **Phase 2: Nutzer sensibilisieren**
(auf Basis Erkenntnisse Studie „Zielgruppen“)
 - Bewusstseinsveränderung Nutzer
 - Integrative Kommunikation von Stadt Köln, AWB, Gastronomie/ Handel/ Unternehmen, IHK und Interessensvertretern