Stadt Köln

Die Oberbürgermeisterin

Dezernat, Dienststelle
V/V-6

Vorlagen-Nummer 13.04.2018
0879/2018

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Betriebsausschuss Abfallwirtschaftsbetrieb der Stadt Köln	24.04.2018

Initiative Coffee to go für Köln - Sachstandsbericht April 2018

Der nachfolgende Sachstandsbericht der Verwaltung zur Initiative Coffee to go für Köln knüpft an die Berichte in den Sitzungen des AUG am 07.07.2017 und des BAA am 18.01.2018 an.

Hintergrund

Am 08.12.2016 (AN/2076/2016) beauftragte der AUG die Verwaltung, die Möglichkeiten zur Einführung eines Pfandsystems für Coffee to go Mehrwegbecher in Köln auszuloten bzw. zu prüfen. Daraufhin wurde die Initiative Coffee to go für Köln aus Stadt Köln, AWB Köln und IHK Köln gegründet mit dem Ziel, Abfälle zu vermeiden, die Umwelt zu schonen und die Stadtsauberkeit zu verbessern. Durch Ansprache, Unterstützung und Aufklärung von Konsumenten und Verkaufsstellen sollen die täglich allein in Köln anfallenden 180.000 Einwegbecher für Heißgetränke durch unterschiedliche freiwillige Maßnahmen deutlich reduziert werden. Nachfolgend wird zum aktuellen Sachstand des Projekts Coffee to go in Köln berichtet.

Vorgehen beim Thema Coffee to go

Aufgrund der Komplexität und Vielschichtigkeit des Themas Coffee to go wurde seitens der Initiative bereits frühzeitig ein Expertenkreis ins Leben gerufen. Hier sind Teilnehmer der Stadt Köln, IHK, DEHOGA, Handelsverband NRW, Bäckerei-Innung, AWB u.a. vertreten. Bislang gab es drei Treffen, um die verschiedenen Varianten und das Für und Wieder zu diskutieren. Als bisheriges Zwischenfazit lässt sich sagen, dass es zur Reduzierung des Einwegbecherverbrauchs in Köln nicht die eine Ideallösung gibt, sondern unterschiedliche Lösungsansätze verfolgt werden müssen.

Austausch mit anderen Städten

Um die Erfahrungen anderer Städte zu nutzen und sich zum Thema auszutauschen, wurden u. a. die Städte Freiburg, Hamburg, Berlin und München kontaktiert und persönliche Gespräche mit den Initiatoren geführt. Beim Round Table in München konnten auch die Argumente der Hersteller von Einwegverpackungen diskutiert werden. München setzt bis 2019 bereits ein umfassendes Kommunikationskonzept mit einem Budget von rund 700.000 € um.

Abgeschlossene Studie zur Zielgruppenanalyse in Köln

Um nahe dem Puls der Zeit zu erfahren, wer mit welchen Beweggründen in Köln dem Coffee to go Trend nachgeht, wurde in Abstimmung mit den Teilnehmern des Expertenkreises ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut mit einer Zielgruppenanalyse beauftragt. Ziel der Studie war es, die

Anforderungen von Kölner Coffee to go-Nutzern herauszuarbeiten, um bei der nachfolgenden Ansprache deren „Nerv zu treffen“ und damit die Akzeptanz für Mehrweglösungen zu erhöhen. Elementare Fragen lauteten z. B. wer ist der typische Coffee to go Nutzer, warum werden Einwegbecher genutzt oder welche Rahmenbedingen müssen für den Umstieg auf Mehrweglösungen gegeben sein. Um Antworten auf die Fragen zu finden, wurde ein zweistufiger Methodenansatz gewählt: qualitativ über zwei Gruppen-Diskussionen mit jeweils acht Teilnehmern und quantitativ über persönliche Befragungen am Bahnhof Ehrenfeld und an der Uni-Mensa sowie über online-Befragungen u.a. der Mitarbeiter der Stadt Köln. Insgesamt konnten rund 760 Personen befragt werden. Eine Zusammenfassung der Analyseergebnisse ist diesem Bericht als *Anlage* beigefügt.

Die wichtigsten Erkenntnisse lauten:

- Coffee to go-Trinker sind tendenziell Großstädter bis 35 Jahre.
- 60 % der To go-Trinker nutzen nicht verwertbare Einwegbecher.
- 19 % der To go-Trinker nutzen gelegentlich einen Mehrwegbecher.
- Sie würden momentan nicht auf To go-Konsum verzichten.
- Coffee to go wird verbunden mit Spontanität, Genuss, Freiheit, Entspannung, Lifestyle-Trend.
- Bei den Befragten bestehen große Unwissenheit und Informationsdefizite hinsichtlich Recycelbarkeit, Abfallaufkommen und Umweltauswirkungen von Einwegbechern.

Um das Konsumverhalten beim Coffee to go zu verändern, sind nach den Ergebnissen der Zielgruppenanalyse Kommunikationsmaßnahmen und Lösungen mit folgenden Inhalten und Schwerpunkten erforderlich:

- Verbraucheraufklärung durch Infos über Handel, Internet und Printmedien
- Wissenstransfer über Fakten und humorige Ansprache
- Einbettung in das Trend-Thema Müllvermeidung
- Zielgruppenspezifische Kommunikation
- Attraktive Mehrwegbecher und möglichst viele Rückgabestellen anbieten
- Differenzierte Angebote für unterschiedliche Anwendertypen
- Persönlichen Nutzen durch Teilnahme an Mehrweglösungen herausstellen

Eigene Kölner Internetseite Coffee to go

Um viele interessierte Kölner zeitgemäß für das Thema Coffee to go zu begeistern und zu sensibilisieren, wurde speziell für Köln eine Internetseite www.coffee-to-go.koeln entwickelt. Die neue Internetseite ist seit dem 9. März 2018 online. Einerseits informiert sie alle Kaffeekonsumenten über Alternativen zum Einwegbecher und gibt wertvolle und interessante Tipps rund um das Thema Coffee to go. Andererseits berät sie alle Verkaufs- und Ausgabestellen wie Cafés, Bäckereien oder Tankstellen über Hygieneanforderungen beim Abfüllen von Mehrwegbechern oder die Teilnahme an Mehrweglösungen. Kernstück der Website ist eine Köln-Karte mit schnellem Zugriff auf alle Ausgabestellen, die entweder den mitgebrachten Mehrwegbecher befüllen oder einen Pfandbecher statt eines Einwegbechers anbieten. Bis Ende März haben sich bereits rund 180 Ausgabestellen im Kölner Stadtgebiet registriert. Der Pfandbecher kann nach dem Kaffeegenuss an einem der teilnehmenden Cafés wieder abgegeben werden, der Becherpfand der Systeme RECUP und Cup4Cup beträgt einen Euro. Für Fragen und Anliegen rund um die verschiedenen Themen nennt die Internetseite den Kontakt kompetenter Ansprechpartner.

Hygiene-Merkblatt für Köln

Um den Verkauf von Kaffee in mitgebrachten Mehrwegbechern ausdrücklich zu genehmigen, haben viele Bundesländer eine Handlungsempfehlung bzw. ein Hygiene-Merkblatt erstellt. Diese basieren im Wesentlichen auf den EU-Hygiene-Verordnungen (EU Nr. 852/2004). Der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL) hat nun im Benehmen mit der amtlichen Lebensmittelüberwa-

chung der Bundesländer und den Behörden ein Hygiene-Merkblatt zur bundesweit einheitlichen Orientierung für Anwender- und Überwachungspraxis abgestimmt, das auch das Umwelt- und Verbraucherschutzamt der Stadt Köln im Rahmen der Lebensmittelüberwachung für verbindlich erklärt. Das Hygiene-Merkblatt sowie die zugehörige Stellungnahme der Stadt Köln können auf der neuen Website heruntergeladen werden und liegen diesem Bericht bei.

Ein entscheidendes Zitat des Hygiene-Merkblattes lautet:

„Angebote zur (Wieder-)Befüllung mitgebrachter, kundeneigener Mehrwegbecher mit Heißgetränken zur Mitnahme („Coffee to go“) sind in Betriebsstätten der Gastronomie, Systemgastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und im Einzelhandel *grundsätzlich möglich*, sofern die jeweils verantwortlichen Lebensmittelunternehmer sich freiwillig hierfür entscheiden.“ (Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. (BLL).

Praxistaugliche Vorgaben mit dem Ziel, den Verkauf von Kaffee in mitgebrachten Mehrwegbechern zu unterstützen, sind für die Ausgabestellen von entscheidender Bedeutung.

Pilotversuch in der Stadtverwaltung

Anfang Oktober 2017 ging die Stadtverwaltung mit gutem Beispiel voran und startete erfolgreich das Mehrwegangebot im Backshop des Stadthauses Deutz. Ein Mehrwegbecher wird für 6 € zum Kauf angeboten, gleichzeitig erhält der Kaffee-Konsument einen Rabatt von 20 Cent beim Kauf eines Kaffees im erworbenen oder mitgebrachten, eigenen Mehrwegbecher. Bereits nach 30 Kaffeefüllungen hat sich somit die Investition des Mehrwegbechers amortisiert. Bis Ende März 2018 konnten allein im Backshop des Stadthauses Deutz rund 150 Mehrwegbecher verkauft und durch Befüllen von Mehrwegbechern insgesamt über 2.700 Einwegbecher eingespart werden.

Kommunikationskonzept

Um die auf den Ergebnissen der Zielgruppenanalyse basierenden Erkenntnisse umzusetzen, ist als nächster Schritt ein Kommunikationskonzept zu erstellen. Hierzu ergeben sich jedoch noch offene Fragen zu Zuständigkeit, Finanzierung und zeitlichem Rahmen. AWB und IHK stehen hierzu weiterhin in Kontakt mit der Verwaltung. Anfang Mai ist ein erstes Abstimmungsgespräch mit dem Stadtmarketing Köln e. V. geplant.

Gez. Dr. Rau