

ANFRAGE

des Abgeordneten Thomas Spalt
an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz,
Regionen und Wasserwirtschaft
betreffend **Kosten, Ziel und Wirkung der Informationskampagne „Sammelheld:innen“ im Zusammenhang mit dem neuen Einwegpfandsystem**

Die Bundesregierung hat unter dem Titel „Sammelheld:innen“ eine groß angelegte Informationskampagne zur Bewerbung des neuen Pfandsystems für Einweggetränkeverpackungen gestartet.¹ Diese Kampagne wird durch Steuergeld finanziert und steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der Einführung eines zentralisierten Pfandsystems, das tief in bestehende, funktionierende Entsorgungsstrukturen (z. B. Gelber Sack, Gelbe Tonne) eingreift und insbesondere im ländlichen Raum auf breite Ablehnung stößt.

Trotz bereits zuvor funktionierender Sammelstrukturen in vielen Bundesländern und einer österreichweiten Recyclingquote von 27 % (bei einer früheren EU-Vorgabe von nur 22 %) wurde auf Druck aus Brüssel ein neues System implementiert, das bei der Bevölkerung zu zusätzlichem Aufwand, höheren Kosten und wachsender Verunsicherung führt. Die „Sammelheld:innen“-Kampagne wird dabei als flankierende Maßnahme präsentiert, wirft jedoch zahlreiche Fragen in Hinblick auf Sinnhaftigkeit, Ausgestaltung und Effizienz auf.

In diesem Zusammenhang richtet der unterfertigte Abgeordnete an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft nachstehende

Anfrage

1. Wie gestaltete sich der Entscheidungsprozess, in welchem eine solche. über verschiedene Medien kommunizierte Informationskampagne für notwendig befunden wurde?
 - a. Wer hat die Entscheidung dazu aufgrund welcher Bedarfslage getroffen?
 - b. Wie rechtfertigt das Ministerium die dafür verwendeten Gelder?
2. Wie hoch sind die Gesamtkosten der Kampagne „Sammelheld:innen“?
 - a. Wie setzen sich diese Kosten aufgeschlüsselt nach Mediengattungen (TV, Radio, Print, Online, Social Media, Außenwerbung etc.) zusammen?
 - b. Welche Beträge wurden für Konzeption, grafische Umsetzung, Produktion und Agenturleistungen veranschlagt?
 - c. Welche Agenturen oder Dienstleister wurden beauftragt und auf welcher vertraglichen Grundlage (Ausschreibung, Direktvergabe etc.)?
3. Welche Zielgruppen sollen mit der Kampagne erreicht werden?
 - a. Welche messbaren Ziele (z. B. Awareness, Verhalten, Rücklaufquote) wurden für die Kampagne definiert?
 - b. Wie soll der Erfolg der Kampagne evaluiert werden?

¹ <https://www.oesterreich-sammelt.at/>

4. Wie hoch sind die jährlichen Mehrkosten für eine Durchschnittsfamilie durch das neue Pfandsystem laut Berechnungen des Ministeriums oder externer Studien?
 - a. Gibt es Daten oder Schätzungen zu Rückgabeverlusten (nicht eingelöste Bons, technische Fehlfunktionen etc.)?
 - b. Wie soll sichergestellt werden, dass insbesondere einkommensschwächere Haushalte nicht zusätzlich belastet werden?
5. Wie wurde sichergestellt, dass in der Kampagne ein realistisches und transparentes Bild der Auswirkungen des neuen Pfandsystems vermittelt wird?
 - a. Gibt es Hinweise auf „Greenwashing“ oder eine beschönigende Darstellung der tatsächlichen Kosten und Folgen?
 - b. Warum wird das Argument einer Verschlechterung funktionierender Sammelsysteme in ländlichen Gebieten nicht thematisiert?
6. Wie hoch sind die laufenden Kosten für Betrieb, Logistik und Infrastruktur des neuen Pfandsystems (Personal, Maschinen, Lager etc.)?
 - a. Wie verteilen sich diese Kosten auf die öffentliche Hand, Unternehmen und Endverbraucher?
7. Welche finanziellen Mittel wurden seitens der EU für die Einführung des Pfandsystems oder für flankierende Informationskampagnen zur Verfügung gestellt?
 - a. Wurden diese Mittel zweckgewidmet für die „Sammelheld:innen“-Kampagne verwendet?
8. Welche konkreten Ergebnisse im Hinblick auf das EU-Recyclingziel erwartet sich das Ministerium durch die Kampagne und das neue Pfandsystem?

