

Die Fairmittlerei – Verwenden statt Wegwerfen

Zusammenfassung einer Studie des *Österreichischen Ökologie Instituts und pulswerk**



Ziel der Studie im Auftrag der Fairmittlerei war die Erhebung der Mengenpotenziale der Spender sowie der Bedarfe potentieller Abnehmer von Non-Food-Produkten am österreichischen Markt.

Die Fairmittlerei vermittelt Non-Food-Produkte, die aus verschiedenen Gründen nicht mehr verkaufsfähig aber noch einwandfrei verwendbar sind, von Industrie und Handel an gemeinnützige Organisationen. Beispiele sind etwa Hygieneprodukte oder Wasch- und Reinigungsmittel mit zu geringen Füllmengen oder in beschädigten Verpackungen. Das Spenden derartiger Überschussware ist mit personellen und finanziellen Kosten verbunden, sehr oft ist die Vernichtung die kostengünstigste und einfachste Lösung für Unternehmen. Eine Erhebung der Boston Consulting Group (BCG) aus dem Jahr 2010 ergab, dass weltweit Non-Food Waren im Wert von ca. 200 Mrd. Euro entsorgt werden.¹

Diese Produkte werden unter Einsatz von Ressourcen und Energie erzeugt und oftmals weite Strecken transportiert. Eine Vernichtung stellt eine enorme Ressourcenverschwendung dar, ist aber auch unter dem Blickwinkel sozialer Gerechtigkeit nachteilig, denn die Zahl der von relativer Armut betroffenen Menschen nimmt in Österreich tendenziell zu. 2016 waren 14,1 % der österreichischen Bevölkerung armutsgefährdet – das entspricht 1,2 Mio. Menschen² – und können sich grundlegende Dinge des täglichen Bedarfs oft nicht leisten. Armut ist dabei u.a. auch ein Verteilungsproblem.

Im Sinne einer nachhaltigen ökonomischen, sozialen und ökologischen Entwicklung sind Armutsminderung, Erhöhung der Ressourceneffizienz, die Weiterverwendung und Umverteilung von Produkten und Abfallvermeidung von entscheidender Bedeutung. Von Warenspenden profitieren alle Beteiligten. Industrie und Handel übernehmen soziale Verantwortung und sparen Lager- und/oder Entsorgungskosten, gemeinnützige Organisationen erhalten günstig qualitativ hochwertige Produkte, Abfälle werden vermieden und die Umwelt sowie wertvolle Ressourcen werden geschont.

Bedarfe gemeinnütziger Einrichtungen

Soziale Einrichtungen benötigen für die Bewältigung der täglichen Arbeit große Mengen an Hygiene-, Wasch- und Reinigungsmaterialien; die Schätzungen der vorliegenden Studie belaufen sich **auf 4,2 Mio. Einheiten (+/- 7 %) pro Jahr im Einkaufswert von 6 Mio. Euro** (vgl. Tab. 1).³ Für diese Art von Non-Food Ware (B-Ware) besteht bei gemeinnützigen Organisationen großes Interesse, v.a. um Kosten zu sparen und bedürftigen Menschen Produkte günstig zur Verfügung zu stellen, aber auch um Abfälle zu vermeiden und die Umwelt zu schonen.

	Menge in Verpackungseinheiten	Wert der Produktgruppe in €
Hygieneprodukte	67 %	50 %
Papier Handtücher	22 %	13 %
Reinigungschemie	4 %	29 %
WC Papier	7 %	8 %

Tabella 1: Mengemäßiger und Wertmäßiger Bedarf an bestimmten Produktgruppen.

¹ Boston Consulting Group 2010 (BCG): Platform for In Kind Donations

² Statistik Austria: Tabellenband EU-Silc 2016, Einkommen, Armut, Lebensbedingungen, Wien, 02.05.2017

³ Daten wurden auf Basis von anonymisierten Interviews erhoben und unterliegen dem Datenschutz.

Mengenpotentialen bei Spenderunternehmen (Industrie und Handel)

Auf Basis von Umsatzdaten und Produktionsvolumina wurde auf die gesamte, in Österreich hergestellte, Menge an Körperpflege- und Wasch- sowie Reinigungsprodukten hochgerechnet. Dies ergab, dass in Österreich 965.000 Tonnen (+/-12 %) jährlich erzeugt werden.⁴ Ein Teil davon wird exportiert. **Die Abschätzungen der Studie ergab, dass 1.600 Tonnen (+/- 650 Tonnen) an Überschussware in der Industrie anfallen** (die hohe Schwankungsbreite ergibt sich aufgrund geringer Rücklaufquoten bei der Datenerhebung), das sind zwischen 0,1% und 0,3% der österreichischen Produktion. Dieses Warenvolumen ist potenziell für eine Weitergabe geeignet, es sei denn die Produkte sind verunreinigt oder Bruchware. Der Fokus der Abschätzung lag auf Körperpflege- und Hygieneprodukte sowie auf Wasch- und Reinigungsmittel. **Es ist davon auszugehen, dass bei einer Ausweitung der Produktgruppen das Volumen an Überschussware ansteigt** (Beispiele für weitere Warengruppen sind Möbel, Werkzeuge, Spielsachen, IT Produkte).

Henkel spendet jedes Jahr Waren im Wert von ca. 200.000 Euro an karitative Einrichtungen.⁵ Auf den Umsatz von Henkel Österreich bezogen lässt sich aussagen, dass 0,1 % bzw. 240 Tonnen gespendet werden. Hochgerechnet auf Österreich ergibt dies, dass jährlich 1.000 Tonnen (+/- 12 %) an Waren, die von der Industrie an karitative Einrichtungen gespendet werden. Die Abschätzung des gespendete Warenwerts der österreichischen Industrie beträgt 820.000 Euro (+/-12 %).

Der Handel schreibt jährlich ca. 800 t (+/- 2%) an Waren ab.⁶ 0,01 % dieser Abschreibungen entfallen auf Non-Food-Produkte aller Art. Dies entspricht einem Wert von ca. 30 Mio. Euro.⁷ Grundsätzlich handelt es sich dabei um keine Großmengen, sondern vorwiegend um einzelnen Produkte.

	Industrie	Handel
Weitergabe Non-Food Produkten an soziale Einrichtungen	Ca. 1.000 Tonnen (Wert ca. 820.000 €)	Keine Angaben
Potenzial an spendentauglichen Non-Food Produkten	Ca. 1.600 Tonnen (Wert ca. 1,3 Mio. €); (nur Hygiene-/Wasch-/ u. Reinigungsmittel)	Ca. 800 Tonnen (Wert ca. 30 Mio. €)

Tabelle 2: Potentiell spendenfähige Non-Food-Produkte in Tonnen und Euro

Die vorliegende Studie war die erste, die sich mit Abfallmengen von Non-Food-Produkten bzw. deren Vermeidung und Wiederverwendung auseinandergesetzt hat. Es hat sich gezeigt, dass überlagerte Waren und Retouren vorhanden sind, die durch eine Weitergabe potenziell vermieden werden und einen ökonomischen, sozialen und ökologischen Mehrwert herbeiführen können. Die Thematik der Abfallmengen und -vermeidung von Non-Food Produkten könnte sich ähnlich wie bei Lebensmittelabfällen verhalten, wo erst durch die Schaffung eines öffentlichen Bewusstseins auf unterschiedlichen Ebenen ein Konsens herbeigeführt werden konnte, dass es großen Abfallmengen gibt und dass deren Umverteilung multiple positive Effekte hat. Der Bedarf sozialer Einrichtungen an Non-Food Produkten ist jedenfalls hoch.

Um eine dauerhafte und erfolgreiche Weitergabepattform für Non-Food Produkte zu etablieren bedarf es einer tragfähigen Struktur zwischen Industrie und Handel als Spender sowie gemeinnützigen Organisationen als Abnehmer. Der Nutzen eines Logistikknotens wie der Fairmittlerei liegt unter anderem in einheitlichen Strukturen, Qualitätsgewährleistung, Bündelung von Kompetenzen und Know-How, und Verbesserung der Kommunikation.

**Österreichisches Ökologie Institut und pulswerk "Die Fairmittlerei - verwenden statt verschwenden"; Studie, September 2017, Wien.*

⁴ <http://www.henkel.at/presse-und-medien/presseinformationen-und-pressemappen/henkel-baut-sein-werk-wien-weiter-aus/476790>, 25.5.17

⁵ Henkel Pressemitteilung, Jedes Jahr über 200.000 Euro Produktspenden an karitative Einrichtungen, Mai 2014

⁶ Ergebnisse aus Vorprojekten der Autoren, welche aus Datenschutz Gründen nicht veröffentlicht werden können.

⁷ Aufkommen an Lebensmittelverderb im österreichischen Lebensmittelhandel, Endbericht im Auftrag der ECR-Arbeitsgruppe Abfallwirtschaft 2014