### PRESSEINFORMATION

Ulm, 31. Juli 2020

**Brauerei Gold Ochsen bricht Lanze für Nachhaltigkeit**

Einsatz von Mehrwegflaschen reduziert Plastikmüll

**Egal ob abgesagter Klimagipfel, verbotene Zusammenkünfte im Zuge der „Fridays for Future“-Bewegung oder coronabedingte Verzögerung beim Plastiktütenverbot: Die öffentliche Debatte zur Reduzierung von Plastikmüll ist aktuell ins Stocken geraten. „Dabei sollte gerade die jetzige Situation genutzt werden, um über bisherige Routinen nachzudenken und die Weichen Richtung Zukunft zu stellen“, betont Ulrike Freund, Geschäftsführerin der Brauerei Gold Ochsen. Unter ihrer Führung hat das Unternehmen dem Thema Einwegplastik bereits vor Jahren den Kampf angesagt. Im Ulmer Veitsbrunnenweg setzt man seit jeher auf Mehrwegkonzepte beim Einsatz von Glas und PET.**

Der Vorteil von Mehrwegflaschen steht faktisch außer Frage: Durch die Wiederverwendungsmöglichkeit fällt deren Ökobilanz – in die in der Regel spezifische Kennzahlen zu Energieverbrauch, Klimawirkung und Ressourcenbeanspruchung einfließen – im Vergleich zu Einwegverpackungen deutlich positiver aus. Diese Erkenntnis ist kaum überraschend, dafür eventuell eine andere Tatsache: Obwohl einschlägige Statistiken (beispielsweise die Erhebung des Bundesumweltamts zum Umweltbewusstsein in Deutschland) belegen, dass Klimaschutz für Verbraucher immer wichtiger wird, spiegelt sich diese Tendenz beim Abverkauf von Getränken kaum wider: Ende der 90er Jahre lag die Mehrwegquote in Deutschland bei etwa 70 Prozent, 2017 brachten es Mehrwegflaschen nur noch auf 42 Prozent. Runtergerechnet auf Wasser und Erfrischungsgetränke fällt der Anteil noch geringer aus – und das trotz Einführung des verpflichtenden Einwegpfands im Jahr 2013, das mit 25 Cent deutlich über dem Pfand für Mehrwegflaschen liegt.

**Nachhaltigkeitsstreben bei Gold Ochsen**

Die Brauerei Gold Ochsen hat die Frage nach dem Einsatz von Einwegflaschen für sich seit Jahren klar beantwortet: „Wir verfolgen schon immer den Nachhaltigkeitsgedanken, Glas-Mehrweg ist für uns daher die erste Wahl“, so Ulrike Freund. „Nichtsdestotrotz dürfen wir als Wirtschaftsunternehmen die Verkaufschancen anderer Verpackungsformen nicht gänzlich aus den Augen lassen. So gibt es beispielsweise das Bier von Gold Ochsen ebenfalls in der Dose – einfach, weil die Nachfrage da ist.“ Auch beim Angebot von Erfrischungsgetränken, die unter dem Dach der Brauerei Gold Ochsen abgefüllt und von der Ulmer Getränke Vertrieb GmbH als hundertprozentiger Unternehmenstochter vertrieben werden, gilt es spezifische Kundenwünsche zu berücksichtigen, wie die Geschäftsführerin erläutert: „In einigen Bereichen hat PET gegenüber Glas klare Vorteile. So ist im Automatengeschäft, in Schulen oder an öffentlichen Plätzen, wie auch im Rahmen von Veranstaltungen die Scherbenproblematik durchaus ein Thema. Glas bricht leichter, daher überwiegt in solchen Einsatzszenarien der Sicherheitsgedanke den ökologischen Mehrwert.“ Als 1997 bei Gold Ochsen die Einführung eines PET-Konzepts auf die Agenda rückte, war eine Festlegung allerdings schnell getroffen: „Als Verfechter des Mehrwegprinzips fiel uns die Entscheidung für PET-Mehrwegflaschen und gegen Einweg nicht schwer“, unterstreicht Ulrike Freund.

**Verbraucher am Zug**

Mittlerweile passieren jährlich mehrere Millionen PET-Mehrwegflaschen die Abfüllanlage bei Gold Ochsen (2019: 6,15 Millionen in Summe). Jede einzelne der 0,5- und 1-Liter-Flaschen kann bis zu 15 Mal wiederbefüllt werden. „Plastikflaschen lassen sich sicher nicht vollständig aus dem Alltag wegdenken. Aber mit der bewussten Entscheidung für PET-Mehrweg und einer Abkehr von PET-Einweg kann bereits ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden. Letztendlich ist hier der Verbraucher selbst in der Verantwortung. Denn was nicht gekauft wird, verschwindet über kurz oder lang aus den Regalen“, so die Geschäftsführerin abschließend.

**Bildmaterial**

Bildmaterial finden Sie in unserem Medienportal press-n-relations.amid-pr.com zum Download (Suchbegriff „Gold Ochsen Mehrweg“). Selbstverständlich schicke ich Ihnen die Dateien auch gerne per E-Mail zu. Kontakt: [rh@press-n-relations.de](mailto:rh@press-n-relations.de)

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Ulrike Freund, Geschäftsführerin der Brauerei Gold Ochsen | In der Produktion der Ulmer Brauerei Gold Ochsen kommen ausschließlich Mehrwegflaschen zum Einsatz – aus Glas oder PET. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Weitere Informationen:**  Brauerei Gold Ochsen GmbH  Janina Stanonik  Veitsbrunnenweg 3-8, D-89073 Ulm  Tel.: +49 731 164-228  Fax: +49 731 164-208  jstanonik@goldochsen.de  www.goldochsen.de | **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:**  Press’n’Relations GmbH  Rebecca Horn, Nataša Forstner  Magirusstraße 33, D-89077 Ulm  Tel.: +49 731 96 287-15 bzw. -17  Fax: +49 731 96 287-97  rh@press-n-relations.de, nfo@press-n-relations.de www.press-n-relations.de |

**Brauerei Gold Ochsen**

Die Brauerei Gold Ochsen wurde 1597 gegründet und befindet sich seit 1867 in Familienbesitz. Rohstoffe aus der Region, die Kombination neuester Brautechnik mit konventionellen Brauverfahren sowie modernste und energiesparende Abfülltechnik liefern das Fundament des Unternehmenserfolgs und haben über die Jahre nachhaltig zur Ausdehnung des Absatzgebiets beigetragen. Dieses erstreckt sich mittlerweile von Ulm ausgehend auf den Schwarzwald, das Hohenloher Land und Bayerisch Schwaben über das Allgäu bis zur Bodenseeregion. Das Sortiment der Traditionsbrauerei, die sich eng mit dem Standort Ulm verbunden sieht, reicht vom feinherben Pils über die verschiedenen Kellerbiere bis hin zu vielfältigen Hefeweizen-Spezialitäten. Weitere Informationen erhalten Sie auf www.goldochsen.de

**Ulmer Getränke Vertrieb GmbH (UGV)**

Die 1960 gegründete Tochtergesellschaft der Brauerei Gold Ochsen bietet als leistungsstarker Partner der Gastronomie nicht nur den direkten Zugang zu den brauereieigenen Produkten, sondern auch ein umfangreiches Sortiment weiterer Getränkemarken. Neben afri-cola, Bluna und Libella, für die die UGV als Marken-Lizenznehmer die Produktion und Abfüllung übernimmt, werden zahlreiche weitere namhafte Mineralwasser- und Biermarken, Säfte, Limonaden oder sonstige Szenengetränke vertrieben. Abgerundet wird das Angebotsspektrum durch den technischen Service mit hoher Kompetenz im Betrieb von Premix- und Postmixanlagen sowie die Bereitstellung professioneller Schanktechnik und umfangreichem Eventinventars.