

Motion till riksdagen

1987/88:Jo859

av Gudrun Norberg (fp)

om glasförpackningar

Glas som förpackningsvara är gammalt och beprövat. Glasflaskan har stått sig genom åren trots konkurrens från nya förpackningsmaterial. De senaste konkurrenterna är papper, plast och plåt. Aluminiumburken är liksom plastflaskan en modernare "inne-produkt", men den traditionella glasflaskan har så viktiga egenskaper att den inte slås ut av konkurrenterna.

Att glasflaskan inte blivit utkonkurrerad betyder inte att branschen saknar problem. Tvärtom, glasbruken i Sverige som tillverkar förpackningsglas har bantats under 1970- och 1980-talen både i antal bruk och i antal anställda. Naturligtvis har introduktionen av såväl aluminiumburken och den stora PET-flaskan av plast som tetraförpackningarna medfört en tillbakagång för glasflaskan.

Det är inte en helt lycklig utveckling. Vi borde slå vakt om glasflaskans bevarande från främst två synpunkter: hälsa och miljö. Glas är ett rent material som inte avger smak eller lukt. Det är också tätt och man behöver inte riskera utfällningar eller läckage. Glasflaskan medför ingen cancerrisk och innehåller inga cancerframkallande ämnen. Den är dessutom fräsch, vacker och skön att hålla i. Glasflaskan har alltså även estetiska fördelar.

Från miljösynpunkt har glasflaskan också förtjänster. Returglassystemet är en väl fungerande metod för att använda samma förpackning om och om igen utan dyrbara återvinningsprocesser.

Glasåtervinning är den andra modellen där använda glasförpackningar – mest burkar – krossas och utgör direkt ny råvara för nya flaskor och burkar, en kort och enkel process som kan ta till vara den förbrukade förpackningen till 100 %.

I dag återvinns 40 000-50 000 ton glas i Sveriges och Nordens enda glasåtervinningsindustri i Hammar i Örebro län. För varje ton glas som återvinns sparar vi inhemska och importerade råvaror som sand, soda och kalk.

Sverige behöver en verklig diskussion om förpackningsbranschen. Det är lätt att man som konsument följer moden och trender utan att djupare tänka igenom fördelar och nackdelar med olika produkter.

Upplysningen om glasåtervinning har långt ifrån slagit igenom ännu och, en informationskampanj om glasets egenskaper och förtjänster vore önskvärd. Televisionen är det bästa mediet för att sprida upplysning, och därför borde TV ställa tid till förfogande med någon minut då och då för information liknande kampanjen mot AIDS eller TSV:s trafikupplysning. Kampanjmaterial skulle säkert glasindustrin stå för.

Returglas

Mot. 1987/88
Jo859

Sedan flera år har diskussioner om ett nytt returglas pågått. Men diskussionerna har ännu inte lett till beslut inom bryggeribranschen.

Vi konsumenter behöver en mer hanterlig back innehållande färre och lättare glas. Modeller finns framtagna, men från bryggerisidan visar man fortfarande tveksamhet.

De som väntar på ett positivt beslut om nya returglas är företagare och anställda vid PLM i Hammar. Ett nytt returglas skulle betyda tryggad sysselsättning och produktion vid glasbruket under lång tid framöver.

Ett nytt returglas och en ny back skulle sannolikt öka returglasens andel i marknaden på aluminiumburkens och plastflaskans bekostnad. Från miljösynpunkt vore det av stor betydelse i vad gäller både tillverkningsindustrins miljöpåverkan i plåt- och plastindustrin, och från nedskräpningssynpunkt.

Hemställan

Med anledning av vad ovan anförts hemställs

1. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om kampanj för glasflaskan,
2. att riksdagen till ändamålet nytt returglas anslår medel ur fonden för miljöskyddsteknik.

Stockholm den 25 januari 1988

Gudrun Norberg (fp)