

bezahlende Papiertüte oder den mitgebrachten Stoffbeutel ersetzt“, so der Accenture-Experte. „Aber der Nutzung eigener Verpackungen sind Grenzen gesetzt, man denke nur an Spontanshopping und den verbreiteten Wunsch, alles richtig portioniert zu bekommen.“

Zugleich macht Erhardt Herstellern und Handel aber Mut, mehr um die Ecke zu denken und auch ungewöhnliche Verpackungskonzepte auszuprobieren, die eventuell sogar das Geschäftsmodell auf den Kopf stellen. Bei Erfrischungsgetränken wurde bisher der Ma-

terialeinsatz durch dünnwandigere Gefäße aus Glas, Kunststoff, Blech und Aluminium reduziert, bis wieder eine physikalische Untergrenze erreicht war. „Aber was wäre, wenn man nur eine kleine Kartusche mit Basismischung kauft und in einem speziellen Gerät zuhause so aufsprudelt, dass man die gewohnte Limonadenqualität bekommt?“ Das wäre der Gegen-trend zum Kaffeepad: Weniger Verpackung, indem der Inhalt einer Literflasche auf wenige Milliliter komprimiert wird. Es wird sich zeigen, ob diese Konzepte Erfolg haben werden.

„Die Unverpackt-Idee stößt oft an Grenzen“

Ganz ohne Verpackungen geht es nicht, stellt Dr. Axel Kölle, Leiter des ZNU-Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung an der Universität Witten/Herdecke fest. Er fordert Hersteller und Händler auf, noch mehr für nachhaltige Verpackungen zu tun.

2019 wächst mit dem neuen Verpackungsgesetz der regulatorische Druck auf Unternehmen, die in Deutschland eine Verpackung in den Verkehr bringen. Sie sollen ökologisch vorteilhaftes, wiederverwertbares Material verwenden, egal ob für Transport-, Verkaufs- oder Umverpackung. Zudem sollen sie bis 2022 je nach Material viel höhere Recyclingquoten erreichen als heute. Sind Hersteller und Händler darauf vorbereitet?

Die Konzerne beschäftigen sich mit dem Thema. Auch viele Startups sind hier sehr aktiv. Sie erkennen den Wettbewerbsvorteil darin, Produkte und Verpackungen gleich auf Nachhaltigkeit zu trimmen. Schwieriger dürfte es für die breite Masse von Mittelständlern werden, die das Thema Verpackung bislang nicht so stark im Visier hatten, sondern nebenbei laufen lie-

ßen. Im Partnernetzwerk des ZNU sind viele branchenführende Mittelständler aktiv. Sie tauschen sich intensiv über unternehmerisches Arbeiten in den drei Dimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales aus und lernen aus Best-Practice-Lösungen der anderen. Diese familiengeführten Betriebe kümmern sich seit langem um die Entwicklung nachhaltigerer Verpackungen, denken Sie nur an Ritter-Sport-Schokolade und Brandt-Zwieback. Wichtig ist, dass jedes Unternehmen einen eigenen Weg in der Abwägung von Ökonomie und Ökologie nicht nur findet, sondern weitergeht und keinesfalls stehen bleibt, selbst wenn es vielleicht mal teurer wird. Mit unserem ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften geben wir hier einen in der Praxis bewährten Rahmen auch für das Verpackungsthema vor.

Wo sind denn speziell bei Verpackungen die Stellschrauben, wenn man mehr Nachhaltigkeit erreichen will?

Um die Frage zu beantworten, muss man den Komplex Verpackungen ganzheitlich betrachten und dann seine eigene Lösung finden. Derzeit sind Klima, Wasser, Energie, Kunststoff im Allgemeinen und Verpackungen im Speziellen ein großes, gesellschaftlich relevantes Thema, wie nicht zuletzt die Diskussion um Trinkhalme aus Plastik und Einmal-Kaffeebecher sowie die damit verbundene Forderung nach einem Verbot solcher Produkte zeigt. Aber eine Verpackung hat ja mehrere Funktionen: Je nachdem, was darin steckt, soll sie etwa beim Transport schützen, das Aroma bewahren, den Kunden mit Informationen versorgen oder natürlich auch dem Marketing dienen. Darum stößt

auch die unter ökologischen Gesichtspunkten eigentlich sehr charmante Unverpackt-Idee oft an Grenzen. Viele Produkte, auf die keiner verzichten möchte, würde es ganz ohne Verpackung kaum geben. Nicht alles funktioniert eben wie eine Banane.



Dr. Axel Kölle forscht und lehrt an der Universität Witten/Herdecke (UW/H) im Bereich Wirtschaftswissenschaften. 2009 gründet er mit Dr. Christian Geißner das ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung.

Was müssen die Hersteller tun, wenn sie vor dem Hintergrund des neuen Gesetzes künftig Verpackungskonzepte entwickeln?

Als erstes die Funktionen der Verpackung eindeutig festlegen und hierarchisieren sowie die aktuell verwendeten Materialien genau identifizieren. Wenn die Kernfunktion feststeht, können Verbesserungen im Sinne der Nachhaltigkeit auf den Weg gebracht werden. Zu betrachten sind dabei stets zwei Alternativen: Lässt sich die gleiche Funktion mit weniger Materialeinsatz erreichen? Bei Verkaufsverpackungen könnte in diesem Fall die Wanddicke reduziert werden, wie wir es in den vergangenen Jahren bei Aluminiumdosen erlebt haben. Oder lässt sich die gleiche Funktion durch ein anderes Material mit besserer Ökobilanz

gewährleisten? Dann wäre Weißblech eine Alternative zu Aluminium.

Aus Sicht des neuen Verpackungsgesetzes hinge die Entscheidung also davon ab, wie gut das Material sich sammeln, sortieren und weiterverwerten lässt?

Das ist ein wichtiger Aspekt. Bei Verpackungsentscheidungen würde ich aber einen Schritt weiter gehen und einer fundierten Status-Quo-Analyse eine kleine Ökobilanz entlang der Verpackungs-Wertschöpfungskette folgen lassen – und zwar für die existierende Lösung und mögliche Alternativen. Es sollte um den gesamten Produktionsprozess gehen sowie zusätzlich verwendete Materialien wie Kleber oder Farbe. So mag sich bei der Getränkedose etwa die Frage stellen, ob – unabhängig von Materialeinsparung durch dünnere Wände – der hohe Energieaufwand bei Aluminium- oder Weißblechverarbeitung nicht generell eher für Plastikflaschen spricht – oder eben unter anderen Aspekten, wie gegebenenfalls der Qualität, auch nicht.

Ist denn Kunststoff überhaupt ein vernünftiges Verpackungsmaterial im Sinne der Kreislaufwirtschaft?

Es gibt technische Möglichkeiten, durch die aus recycelten Kunststoffen hochwertiges Granulat gewonnen werden kann, nicht nur minderwertiger Rohstoff für die viel zitierten Parkbänke. Hier müsste der Gesetzgeber nachbessern und zulassen, dass Lebensmittelverpackungen aus Sekundärgranulat bestehen dürfen, wenn es Primärqualität hat. Sonst bliebe Recycling in diesem Bereich stets Downcycling. Manchmal geht es nur um Farbfragen: Schwarzer Kunststoff sollte sich eigentlich verbieten, weil mit Infrarotlicht arbeitenden Sortieranlagen das Material nicht erkennen und zur Verbrennung schicken. Aber viele Verpacker hängen noch an schwarzen Schalen, weil sie „so cool“ aussehen. Auch das Thema Druckerfarben spielt hierbei eine große Rolle.

Ein großes Problem bei Sortierung und Wiederverwertung sind Verpackungen aus unterschiedlichen Materialien. Müssen sich Unternehmen davon verabschieden?

Das lässt sich nicht generell sagen, es hängt immer von der Funktion der Verpackung und der Frage nach den Alternativen ab. Viele Reinigungsmittel etwa kommen heute ohne Gas aus, weil die Plastikflasche mit einem Pumpsprayer ausgestattet ist. Für die Umwelt ist der Verzicht auf Gas gut, für den Recycler ist der Einsatz verschiedener Material in der Pumpvorrichtung bis hin zu einer kleinen Metallfeder ein Alptraum. Oft lassen sich solche Kombinationen verschiedener Materialien nicht richtig trennen, und alles landet in der Verbrennung, was natürlich dem Ziel des Verpackungsgesetzes zuwiderläuft. Hier müssen alle in der Wertschöpfungskette Beteiligten kooperieren, vom Rohstofflieferanten über den Maschinenbauer bis zum Verpackungshersteller und Verpacker, um eine Frage zu beantworten: Wie lässt die Pumpfunktion sich entweder mit einem Monomaterial erreichen oder das Teil leicht in die verschiedenen Materialien zerlegen?

Dieses Zerlegen müsste im Idealfall gleich der Verbraucher beim Wegwerfen erledigen, indem er die Feder als Metall und den Rest der Flasche als Plastikmüll entsorgt?

Tatsächlich sollten Hersteller, Händler, Entsorger und Recycler die Verbraucher noch viel mehr aufklären, gerade bei Verpackungen aus unterschiedlichen Materialien. Klassisches Beispiel ist der Joghurtbecher: Innen eine feine Plastikschicht, die gegen Aromaverlust und Durchfeuchten schützt, darum herum zur Stabilisierung dünne Pappe, als Deckel eine Aluminiumfolie. Sparsam und sortenrein eingesetzte Materialien. Aber wenn der Käufer alles im Stück wegwirft, ohne Aluminium, Pappe und Plastik zu trennen, wird es kaum was mit der Wiederverwertung. Hier tut Aufklärung dringend Not, um höhere Recyclingquoten zu erreichen. Das System funktioniert nur so gut, wie der Verbraucher es versteht und akzeptiert. Außerdem: Mit mehr Aufklärung und damit signalisiertem Verantwortungsbewusstsein können die Hersteller und Händler über das Thema nachhaltige Verpackungen auch ihr Image polieren.