Haushalten, Sparen, Rechnen

Carolina E. Schweig
Verpackungsberatung
C.E. Schweig
Bönningstedt
www.ceschweig.com

Die Schlagzahl der PR-Meldungen über neue Umwelterfolge und großartige Ökoansätze erhöht sich rasant. Das Tempo, in dem anscheinend nachhaltige Verpackungslösungen im FMCG-Bereich vorgestellt werden, nimmt zu. Die Hersteller und Händler überbieten sich mit Lösungen, die angeblich Mikroplastik und Kunststoffflut eindämmen und das Klima retten. — von Carolina E. Schweig

Leider scheint Hektik die treibende Kraft hinter vielen Konzepten zu sein, denn diese haben zumeist einen eher lockeren Wahrheitsbezug oder übersehen wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte. Ein Umstand, der vor allem bei kritischen Zielgruppen, wie den Generationen Y und Z, zu Stirnrunzeln und Vertrauensverlust führt. Passend zu den eigenwilligen Interpretationen etlicher Markenartikler kommen auch aus der Verpackungsindustrie selbst immer fantasievollere Ideen und Wortschöpfungen um »die grünen Ansprüche« zu bedienen.

Statt beim »Recycling um des Recyclings willen« Rezyklate vom anderen Ende der Welt einzusetzen oder Rohstoffe frech mit verwirrenden Grafiken als nachhaltig und recycelfähig auszuloben, obwohl sie es nicht sind, wäre es einfacher, sich auf die

Abbildung: Tangam/Shutterstock.com

Grundlagen der Nachhaltigkeit zu besinnen: haushalten, sparen, rechnen – auch wenn das aktuell unsexy klingt. Doch die EU-Waste-Hierarchy und das deutsche Verpackungsgesetz machen es klar: Begriffe wie Vermeiden, Vermindern und Wiederverwenden haben oberste Priorität in der EU-Politik.

Konkret heißt es, zu hinterfragen! Sind wirklich alle Verpackungselemente, jeder Druck, jede Kaschierung notwendig? Muss das Gefühl von Qualität immer durch besonders dicke Folien und Wandstärken mit dem entsprechenden Rohstoffbedarf erzielt werden, anstelle intelligent zu konstruieren?

Das Interessante an dieser »nachhaltigen Herangehensweise« ist, man spart damit Kosten, nachweislich! Und schützt das Klima sowie unsere Meere und Länder. Versuchen Sie es mal und lassen Sie sich überraschen: Mehr Einsparung, Glaubwürdigkeit und Umwelteffekt! Wenn das nicht sexy ist!