



Ökologisch sinnvolle Verpackungen, die passen!

Bei dem Riesen-Angebot »neuer Materialien«, die allesamt nachhaltig sein sollen, stellt sich schnell die Frage: »Wie finde ich eine ökologisch sinnvolle Verpackung, die zu meinem Produkt und meiner Marke passt?« Eine Detail-Betrachtung der Materialien, ihrer Inhaltsstoffe und ihrer Umweltauswirkungen sowie der Abgleich mit den eigenen Nachhaltigkeitszielen tut not. Sind Letztere nicht klar definiert, wird jedoch die Orientierung im Dschungel von öko, Bio, nachwachsend und abbaubar schwierig. Hier ein paar Empfehlungen, damit die neue ökologische Verpackung nicht ungewollt zum grünen Feigenblatt und damit zum Angriffspunkt wird. — von Carolina E. Schweig

Papier aus Apfel- oder Treberresten, Obstschalen oder Ananasblättern, Kunststoff, »angereichert« mit Kreide oder Sonnenblumenschalen – was gibt es nicht schon alles auf dem Markt der nachhaltigen Materialien und die Vielfalt wird immer größer. Was aber ist sinnvoll und wirklich ökologisch, was bringt mein Produkt und meine Marke voran?

Beginnen wir mit der Frage: Wofür steht mein Unternehmen, mein Produkt, meine Marke hinsichtlich der Nachhaltigkeit? Was sind meine Umweltziele? Will ich das Klima retten, fossile Rohstoffe sparen, die Weltmeere schützen? Fokussieren Sie sich nur auf einen Punkt – maximal zwei – sonst steigt die Gefahr, sich widersprechende Umweltziele zu definieren und damit angreifbar zu werden.

Üblicherweise definiert die Firmenleitung solche Umweltziele. Sie sind schriftlich fixiert und jeder im Unternehmen kennt sie, um sich daran zu orientieren. Kluge Unternehmen stimmen die Definition ihrer Umweltziele mit den Kunden-Erwartungen

ab. Ein ökonomisch sinnvoller Schritt, da übertriebene Umweltziele hohe Kosten verursachen und auch zur Ablehnung oder zum Widerstand der Kunden führen können. Ein Unternehmen, das bezüglich seiner Produkte häufig in den Medien angeprangert wird, beschwört deutlich Gegenwind im Markt herauf, wenn es sich plötzlich als Klimaretter aufspielt. Das richtige Maß ist wichtig und die eigenen Kunden können helfen, es zu finden.

Vergleich bringt Orientierung

Mit dem Umweltziel ist meist eine Messgröße verbunden. Die »Klimaretter« orientieren sich an GHG-Werten (GHG = Green House Gases*) oder CO₂-Äquivalenten und haben damit bereits ihr Bewertungskriterium für das Material und das Packmittel. Sind die GHG-Werte, die eine Verpackung aus neuem Material verursacht, höher, niedriger oder gleich mit denen meiner aktuellen Verpackung? Der Vergleich bringt Orientierung und Sicherheit.




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

Werden fossile Rohstoffe eingespart, müssen nachwachsende Rohstoffe und erneuerbare Energien betrachtet werden. Seien Sie jedoch nicht überrascht, wenn Ihre GHG-Werte plötzlich höher werden als vorher. Wie schon erwähnt, widersprechen sich einige Umweltziele gegenseitig. Dann wird die Bewertung komplexer und mehrstufig.

Unternehmen, die sich der Rettung der Weltmeere annehmen wollen, sollten sich mit dem Thema Recycling auseinandersetzen. Zum einen bei der Auswahl und Kombination von Packstoffen (Design for Recycling**) wie auch beim Einsatz der recycelten Stoffe selbst. Denn nur, wer einen Absatzmarkt für Recyclate schafft, fördert das wirtschaftliche Interesse am Recycling möglichst vieler Wertstoffe.

Selbstverständlich und vorrangig erfüllen alle Verpackungen immer die klassischen Aufgaben wie Schutz, Transport, Portionierung, Verkauf, Information, egal aus welchem Material sie bestehen.

Ach ja – gebrauchen Sie Ihren gesunden Menschenverstand! Wenn Verpackungen mit Inhaltsstoffen werben, die interessant klingen, fragen Sie nach, wie viel des alternativen Materials in der Verpackung ist. Wenn ein Bierpapier 10–15 Prozent Treber enthält, sollten Sie sich fragen, ob Ihre Kunden das als nachhaltig empfinden und Ihnen dafür den deutlich erhöhten Packmittelpreis zahlen. Vielleicht ist es da passender und preiswerter, die bestehenden Packmittel so zu optimieren, dass schneller und mit weniger Ausschuss produziert wird und damit Treibhausgase und Müll eingespart werden. 

* GHG = Green House Gases, auf Deutsch THG = Treibhausgas: Unterschiedliche Gase, die den Treibhauseffekt und damit die globale Erwärmung verstärken. Das bekannteste davon ist das Kohlenstoffdioxid. Der Anstieg von GHG (THG) wird großteils auf menschliche Aktivitäten zurückgeführt.

** Design for Recycling: Phase im Produkt- oder Verpackungsentwicklungsprozess. In dieser Phase wird sichergestellt, dass das Produkt oder die Verpackung nach Gebrauch so getrennt werden kann, dass möglichst hochwertig wieder aufbereitet werden kann.