

VERPACKUNG MIT KLEINEM AUFWAND GROSSE WERTE SCHÜTZEN

Am 20. Juli 2023 veröffentlichte die *Deutsche Umwelthilfe (DUH)* einen in zwölf Supermärkten durchgeführten ›Verpackungscheck‹. Das *Deutsche Verpackungsinstitut* kritisiert die nicht repräsentative Recherche sowie die dort getroffenen Pauschalurteile und rät zu einer faktenbasierten Betrachtung.

Von Druckmarkt-Redaktion

Bei den meisten Märkten gibt es viel heiße Luft und ein weiter ungelöstes Abfallproblem«, urteilte die *DUH* nach ihrem ›Verpackungscheck‹. Nun liegt es uns fern, für Lebensmittelsupermärkte die Hand ins Feuer zu legen, doch erscheinen uns die vorgetragenen Vorwürfe zu allgemein, sodass mit dem negativen Urteil der *DUH* die Verpackung an sich in Misskredit gerät.

Auch das *Deutsche Verpackungsinstitut (dvi)* kritisiert die von der *DUH* getroffenen Pauschalurteile, weist auf die Rolle des Konsums sowie die erheblichen Fortschritte der Verpackungsbranche bei Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung hin, betont die Rolle der Verpackung für Klima-, Umweltschutz und Ressourcenschonung und rät zu einer faktenbasierten Betrachtung auch beim Thema Einweg versus Mehrweg.

»Anders als die nicht repräsentative Recherche der *Deutschen Umwelthilfe* behauptet, machen die Unternehmen der Verpackungswirtschaft seit Jahrzehnten erhebliche Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit«, sagt



KIM CHENG, Geschäftsführerin des *Deutschen Verpackungsinstituts*.



Verbraucher werden durch eine vorschnelle Vorverurteilung durch nicht repräsentative Studien verunsichert und kommen bei der Beurteilung der Klimawirkung von Verpackungen zu völlig falschen Einschätzungen.

So konnten beispielsweise seit 1991 alleine durch leichtere Verpackungen mehr als 23 Millionen Tonnen Material eingespart werden. Dass es trotzdem bis 2021 einen stetigen Zuwachs an Verpackungen gab, liegt vor allem am steigenden Konsum und der steigenden Zahl verkaufter Produkte.

»Der steigende Konsum hat alleine im Jahr 2020 zu einem Mehraufwand von 22,2% gegenüber 1991 geführt. Dafür die Verpackung verantwortlich zu machen, geht an den eigentlichen Ursachen vorbei. Denn pro Produkt wird immer weniger Verpackung benötigt und die eingesetzten Verpackungen werden gleichzeitig immer nachhaltiger und kreislaufgerechter. Wer über das Verpackungsaufkommen reden möchte und den Konsum nicht

thematisiert, drückt sich an einem zentralen Thema vorbei«, so die *dvi*-Geschäftsführerin.

Zentrale Rolle der Verpackung

Sie weist zudem auf die zentrale Rolle der Verpackung für Klima- und Umweltschutz sowie Ressourcenschonung hin.

»Im Durchschnitt entstehen beispielsweise nur 3% der Klimawirkungen verpackter Lebensmittel durch die Verpackung. 97% des Fußabdrucks stecken im Produkt. Wenn Lebensmittel verderben oder frühzeitig ungenießbar werden, weil sie unzureichend verpackt sind, gehen alle Ressourcen, die von der Saat über die Ernte bis hin zur Verarbeitung hineingesteckt wurden, verloren. Verpackungen schützen mit kleinem Aufwand große Werte.

Gleichzeitig senkt eine Verdreifachung der Haltbarkeit die Abfallrate bei Lebensmitteln um 80 Prozent.«

Verpacken ist kein Selbstzweck

»Die ökologischen Vorteile der Verpackung werden leider noch immer massiv unterschätzt. Pauschale Aussagen, dass das Verpacken von Obst und Gemüse unnötig sei, sind nicht belegte Vereinfachungen«, betont KIM CHENG.

Und an die Adresse der *DUH* gerichtet, führt die Geschäftsführerin des *Deutschen Verpackungsinstituts* aus:

»Wenig zielführend ist auch, sich vier ›robuste‹ Waren herauszupicken und die Schlussfolgerung dann auf die gesamte Bandbreite sehr unterschiedlicher Lebensmittel umzulegen.«

Und als wenig hilfreich ordnet das *dvi* auch die Behauptungen im Bereich Einweg und Mehrweg ein. »Mehrweg und Einweg grob vereinfachend gegeneinander auszuspielen, ist kontraproduktiv. Beides hat Vor- und Nachteile. Es kommt auf das Produkt und die jeweilige Anwendungssituation an. Man sollte sich schon die Mühe machen, die konkrete Ökobilanz einer Verpackung zu betrachten, bevor man ein Urteil fällt.«

>

WER HAT DEN GRÖßEREN FUSSABDRUCK?
PRODUKT ODER VERPACKUNG?



Das sagen die Verbraucher (links). Und das ist die Realität.

Aufklärung ist also nach wie vor das Gebot der Stunde.

Denn wie Innofact im März 2023 in einer repräsentativen Umfrage für das Deutsche Verpackungsinstitut herausgefunden hat, klaffen die Meinungen der Verbraucher und die Realität weit auseinander. Die Fragestellung war eindeutig:

»Denken Sie an einen typischen Einkauf im Supermarkt. Fast alle Produkte sind verpackt. Was hat Ihrer Ansicht nach im Durchschnitt die größere Auswirkung auf Umwelt und Klima (CO₂, Verbrauch von Wasser, Energie, Rohstoffe etc.): Die Verpackung oder das verpackte Produkt?«

Die Antworten fielen nicht eben schmeichelhaft für die Verpackung aus:

50,5% der Befragten sind der Meinung, dass die Verpackung den größeren CO₂-Ausstoß gegenüber dem Produkt hat. 20,7% konnten die Frage nicht beantworten und nur 28,8% sahen die größeren Emissionen beim Produkt.

In Wahrheit ist es so, dass im Durchschnitt nur 3,2% der Klimawirkungen verpackter Lebensmittel auf die Verpackungen entfallen. Rund 97% entfallen auf die Verpackung.

Folglich ist der Klimafußabdruck des verpackten Lebensmittels (Produktion, Distribution) etwa 30 Mal höher ist als der Carbon Footprint der Verpackung.

Mehrweg ist kein Naturgesetz

So hat eine jüngst veröffentlichte Studie der GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung gezeigt, dass sich bis 2040 die gefahrenen Transportkilometer um 200% und die benötigte Lagerfläche um 80% erhöhen, wenn die von der Europäischen Kommission vorgeschlagenen fixen Mehrwegquoten umgesetzt werden.

»Mehrweg kann eine großartige Lösung sein, aber das ist kein Naturgesetz. Recyclingfähige Einwegverpackungen können in vielen Fällen die ökologisch bessere Wahl sein, das gilt auch für den Getränkebereich«, argumentiert das dvi. Man solle nicht vergessen, dass Mehrweg auch mehr Aufwand bedeuten kann – zum Beispiel beim Transport und bei der Reinigung.

»Bei der ökobilanziellen Berechnung sollten die Fakten zählen. Wer von idealen regionalen Ketten ausgeht, die es in der Realität nicht gibt oder vergisst, dass auch mitgebrachte Mehrweg-Behälter oder -Netze sorgfältig gereinigt werden müssen, um Hygiene und Produktqualität zu gewährleisten, unterschlägt Faktoren, die real trotzdem ins Gewicht fallen«, so CHENG.

Verpackungen sind eine Ressource

»Ob Verpackungen nach ihrer Nutzung zur Belastung werden, haben wir selbst in der Hand. Eine recyclingfähige Verpackung ist vor allem ein wertvoller Sekundärrohstoff, der bei sachgerechter stofflicher Wiederverwertung zum Ausgangspunkt für neue Verpackungen oder andere Produkte werden kann. Gerade in Ländern mit einer guten Recyclinginfrastruktur wie Deutschland sind Verpackungen kein Müll, sondern eine Ressource. Das gilt unabhängig davon, ob es sich dabei um eine Einweg- oder

um eine Mehrwegverpackung handelt«, stellt CHENG fest.

Den Menschen in Deutschland sei das durchaus bewusst, wie eine vom dvi in Auftrag gegebene repräsentative Bevölkerungsbefragung von März 2023 ergeben habe.

Sie zeigt, dass Recycling für 76% der Menschen in Deutschland die Top-Präferenz im Umgang mit genutzten Verpackungen ist. Die dvi-Geschäftsführerin weist in diesem Zusammenhang auch auf eine neue Studie der GVM und des ifeu-Institut für Energie- und Umweltforschung, Heidelberg, hin, die das dvi gemeinsam mit anderen Branchenverbänden im Mai 2023 in Auftrag gegeben hat.

Die Studie prognostiziert weitere Steigerungen bei den Recyclingzuführungs- und Rezyklateinsatzquoten.

RECYCLINGQUOTEN

	2021	2045
Glas	85,0%	93,2%
Kunststoff	63,5%	79,3%
Aluminium	94,2%	95,9%
Papier + Karton	89,8%	90,2%

Quelle: GMG, ifeu-Institut, dvi Mai 2023
© Druckmarkt-Grafik 11/2023

REZYKLETEINSATZ

	2021	2045
Glas	69,0%	81,0%
Kunststoff	15,0%	53,0%
Aluminium	94,2%	95,9%
Papier + Karton	89,8%	90,2%

Quelle: GMG, ifeu-Institut, dvi Mai 2023
© Druckmarkt-Grafik 11/2023

Das Deutsche Verpackungsinstitut mahnt im Zusammenhang mit einer schnellen Vorverurteilung zu mehr Fairness und Sachlichkeit bei der Diskussion: »Wer sich zum Schiedsrichter ernannt und rote Karten verteilt, sollte selber fair bleiben und alle Argumente betrachten.«

