

Beim 3. Verpackungskongress in Berlin forderten Experten mehr Nachhaltigkeit

## „Verpackung ist besser als Werbung“

Das Thema Nachhaltigkeit stand beim 3. Deutschen Verpackungskongress am 12. Juni in Berlin im Fokus der Expertendiskussion. Markenartikler, Verpackungshersteller, Designer, Berater, Maschinenbauer, Komponentenlieferanten und Wissenschaftler diskutierten über alle Stufen der Wertschöpfungskette von Verpackung hinweg.

### Vorreiter Verpackungsindustrie

„Die deutsche Verpackungsindustrie nimmt seit Jahren beim nachhaltigen Umgang mit Ressourcen eine Vorreiterrolle ein“, sagte der Vorsitzende des Deutschen Verpackungsinstituts (dvi) Thomas Reiner. „Das gilt für die gesamte Wertschöpfungskette unserer Industrie, angefangen bei den Rohstoffverarbeitern über die Verpackungshersteller bis zu Produzenten von Verpackungsmaschinen.“ So hat die Verpackungsindustrie in den vergangenen Jahren beispielhaft gezeigt, wie der CO<sub>2</sub>-Austoß bei der Produktion von Verpackungen verringert werden kann. Auch wenn Verpackungen nur 1% Anteil am CO<sub>2</sub>-Austoß haben, fühlt sich die Verpackungsindustrie in der Verantwortung, einen Beitrag zur weiteren Reduzierung zu leisten. Es müssen pragmatischere Ansätze und sinnvollere Verpackungslösungen gefunden werden, so Reiner.

### Dramatische Rohstoffknappheit

Michael Carus, Geschäftsführer des Nova-Instituts zeigte auf, wie dramatisch sich die Verfügbarkeit von Rohstoffen in den letzten Jahren bereits ver-

ändert hat. Als Ausweg stellte er den verstärkten Einsatz von Agrarrohstoffen dar. Von Interesse für die Teilnehmer waren die nachgewiesenen geringeren Preissteigerungsraten von Agrarrohstoffen gegenüber fossilen Rohstoffen im letzten Jahrzehnt. Carus machte deutlich, dass hohe Wachstumsraten besonders auf dem Gebiet der Faserstoffe zu erwarten sind und damit gerade nicht die Nahrungsmittelproduktion beeinträchtigt wird.

### Kriterien der Nachhaltigkeit

Bestandteil der Nachhaltigkeitsdiskussion ist die Frage, wie man nachhaltiges Wirtschaften definiert und nach welchen Kriterien eine Beurteilung erfolgen kann. Diesem Thema widmete sich Andreas Detzel vom Institut für Energie und Umweltforschung GmbH (ifeu), der anhand der Scorecard von WalMart verdeutlichte, wie oberflächlich heute stark publizierte Kriterien eigentlich sind. Er stellte zwölf verschiedene Label für die Bewertung umweltfreundlichen Handelns vor und wies auf das Dilemma hin, in dem sich damit sowohl die Hersteller als auch die Verbraucher befinden. Welche Schlussfolgerungen große Markenartikler aus diesen unterschiedlichen Anforderungen ziehen müssen, stellte Götz Eckhard von Unilever dar. Ein Großteil der Verbraucher sieht Handlungsbedarf und 80% der Bevölkerung wäre sogar bereit, mehr zu zahlen, wenn damit eine nachhaltig produzierte Verpackung gewährleistet wäre. Auch er betonte, dass der Verbraucher eine Klarheit im Labeling benötigt. Notwen-

digerweise müssen sich die Verpackungsindustrie und der Handel stärker abstimmen, außerdem sind Lösungen im europäischen Wirtschaftsraum nötig. Als Fazit wurde herausgearbeitet, dass Produzenten und Handel miteinander stärker kommunizieren müssen und Einzellösungen nicht sinnvoll sind.

### Verpackung in der Praxis

Für alle Beteiligten gilt es, sich schnell auf veränderte Rahmenbedingungen einzustellen und innovative sowie vom Verbraucher akzeptierte Produkte in ansprechenden Verpackungen auf den Markt zu bringen. Wie das im Einzelnen geschehen kann und welche Hilfsmittel zur Verfügung stehen, zeigte der Vortrag von Peter Böttger, dem Geschäftsführer der Deco Glas GmbH, die an der Erfolgsstory des Produkts „true fruits“ maßgeblich beteiligt waren und verschiedene Preise gewannen (u.a. WorldStar 2007, Deutscher Verpackungspreis 2007).

### Ideen zur Verpackung

Wie der Weg vom Auftrag zur fertigen Verpackung aussieht erläuterte Arne Jacob Schultchen, einer der Partner des Designbüros Feldmann+Schultchen. Im Auftrag von „Deutsche See“ entwarf er eine Verpackung, die Frische und Natürlichkeit suggerieren sollte, um damit das Markenbild von „Deutsche See“ zu unterstützen. Ebendiese Öffnung des Prozesses der Ideenentwicklung, die Böttger und Schultchen mit ihren Vorträgen vollziehen, fordert Prof. Dr. Ellen Enkel, Leiterin des Dr. Manfred Bischoff Institut für Innovationsmanagement der EADS: Open Innovation – die Öffnung von Innovationsprozessen. Rapid Prototyping und Modulare Maschinenkonzepte, vorgestellt von Prof. Dr. Andreas Gebhardt (Centrum für Prototypenbau) und Dr. Thomas Cord (Elau AG) bieten weitere Möglichkeiten, Produkte in ihrer Vielfalt schnell in den Markt zu bringen. Abschließend fasste Thomas Reiner, Vorstandsvorsitzender des dvi, die Verpackungsthemen der Zukunft – Nachhaltigkeit und Schnelligkeit – zusammen und appellierte an alle Teilnehmer, sich von alten Vorstellungen zu trennen und sich Innovationen gegenüber zu öffnen. „Neuartige Verpackungen sind für den Erfolg eines Produkts manchmal besser, als die beste Werbung“, schloss Reiner den 3. Deutschen Verpackungstag. 

## Info

Deutscher Verpackungskongress 2009

Auch im nächsten Jahr wird in Berlin wieder der Deutsche Verpackungskongress durchgeführt: Das Thema lautet „Verpackungen bewegen Märkte“ und findet am 7. Mai 2009 in Berlin statt.