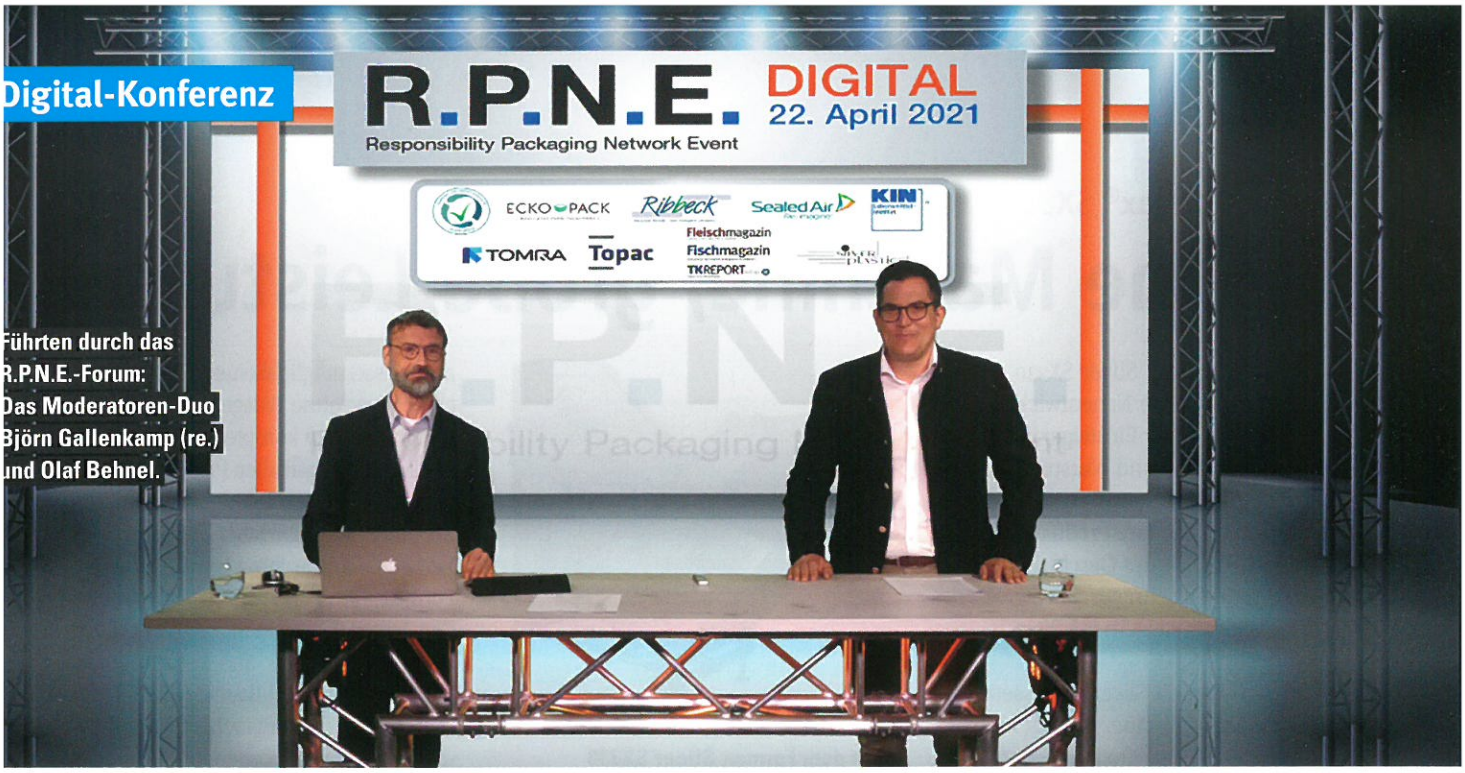


Führten durch das R.P.N.E.-Forum: Das Moderatoren-Duo Björn Gallenkamp (re.) und Olaf Behnel.

R.P.N.E. Forum

Auf hohem Niveau über Nachhaltigkeit diskutiert

„Tolle Veranstaltung", „spannende Vorträge", „wertvolle Informationen": Die Kritiken von Seiten der Teilnehmer über das erste ausschließlich online veranstaltete R.P.N.E.-Forum hätten besser kaum ausfallen können. Nicht zuletzt „lebte" die Veranstaltung von dem Input, den die Referenten über aktuelle Trends und Entwicklungen aus der Verpackungsbranche lieferten. Und auch von der Möglichkeit des Netzwerkens und des Austauschs via virtuellem Chatroom wurde ausgiebig Gebrauch gemacht.

Das erfreuliche Ergebnis des R.P.N.E. Forums und die dabei zutage geförderten Ergebnisse werden nun Grundlage sein für die als R.P.N.E. Expo am 22. Juni geplante Fortsetzung des Forums im KIN in Neumünster. „Ich freue mich schon jetzt auf die Fortsetzung des R.P.N.E. in Neumünster und die Workshops, die dort angeboten werden. Aktiver wie in unserem Forum kann die Mitarbeit, zu so einem entscheidenden Thema wie nachhaltige Verpackung für die Zukunft nicht sein. Dabei sein ist notwendig!", so Moderator Björn Gallenkamp, Geschäftsführer der Ribbeck GmbH & Co. KG.

Kleinere und dünnere Verpackungen

So gewährte zum Beispiel Jörg Kreft, seit fast 20 Jahren in leitender Funktion in der Produktentwicklung von The Familiy Butcher (TFB), den Zuschauern mit seinem Beitrag „Es geht um die Wurst"

Sponsoren

zertifiziert vom Institut cyclos-HTP recyclingfähig
ECKO PACK [INTELLIGENT FOOD PACKAGING]
KIN Lebensmittel-Institut
Ribbeck Innovative Technik - (die) intelligent verpackt.

wertvolle Einblicke in die aktuelle Situation der im Unternehmen eingesetzten Verpackungsmaterialien. TFB, Vollsortimenter und aktuell zweitgrößter Hersteller im Bereich Rohschinken, Salami, Wurstwaren und Kochschinken in Deutschland, verkauft jährlich rund 660 Millionen SB-Verpackungen. Zum Einsatz kommen dabei vornehmlich MAP-Verpackungen mit Schutzatmosphäre, aber auch Schrumpfbeutelverpackungen für Stückware und Vakkuumverpackungen, wie Kreft berichtete.

Die wichtigste Funktion, die Verpackung bei TFB ausüben müsse, sei die Produktsicherheit. Des Weiteren müsse das Produkt den Konsumenten optisch ansprechen, gut in der Handhabung sein und sich auch gut präsentieren sowie einfach öffnen lassen. Grundsätzlich gelte es, sowohl den Wünschen der Verbraucher als auch den Zielvorstellungen des Handels gerecht zu werden, sagte Kreft. Dabei dürfe die Kommunikationsfläche der Verpackung nicht mit Informationen überfrachtet werden.

In puncto Nachhaltigkeit verfolge TFB klare Strategien. So habe bereits die Verkleinerung von Verpackungen und der Wechsel auf dünnere Materialien zu deutlichen Einsparungen geführt und damit auch zur Müllreduzierung beigetragen. „Es ist uns allein dadurch in den letzten Jahren gelungen, 10-12 % an Verpackungsmaterial einzusparen", so Kreft. Dies sei unter anderem auch durch den Einsatz von Monomaterialien auf Basis von Mono APET zurückzuführen. TFB lasse sich Nachhaltigkeit etwas kosten, sagte Kreft, und investiere inzwischen in den vermehrten Einsatz von Rezyklaten in den eigenen

Professionelle Unterstützung in der Produktion des Live-Streams schließt Corona-Konformität mit ein.

Verpackungen. „Rund 50% unserer Verpackungen bestehen inzwischen aus Rezyklaten", so Kreft. Aktuell beschäftige sich TFB intensiv mit dem Einsatz von Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen, etwa aus Maisstärke, aber auch mit Folien aus Papier.

Qualität von Rezyklaten verbessern

Das Thema Rezyklate zog sich wie ein roter Faden auch durch den Vortrag „Kreislaufwirtschaft – Design for Recycling" von Charlotte Glassneck, Managerin Plastics Applications von Tomra.

Für ein bestmögliches Recycling im Sinne geschlossener Wertstoffkreisläufe müsse es oberstes Ziel sein, die Qualität von Rezyklaten weiter zu verbessern und die Reinheit, die es bereits heute im PET-Recycling beim bottle-to-bottle-Verfahren gibt, auch auf andere Kunststoffe zu übertragen, so Glassneck.

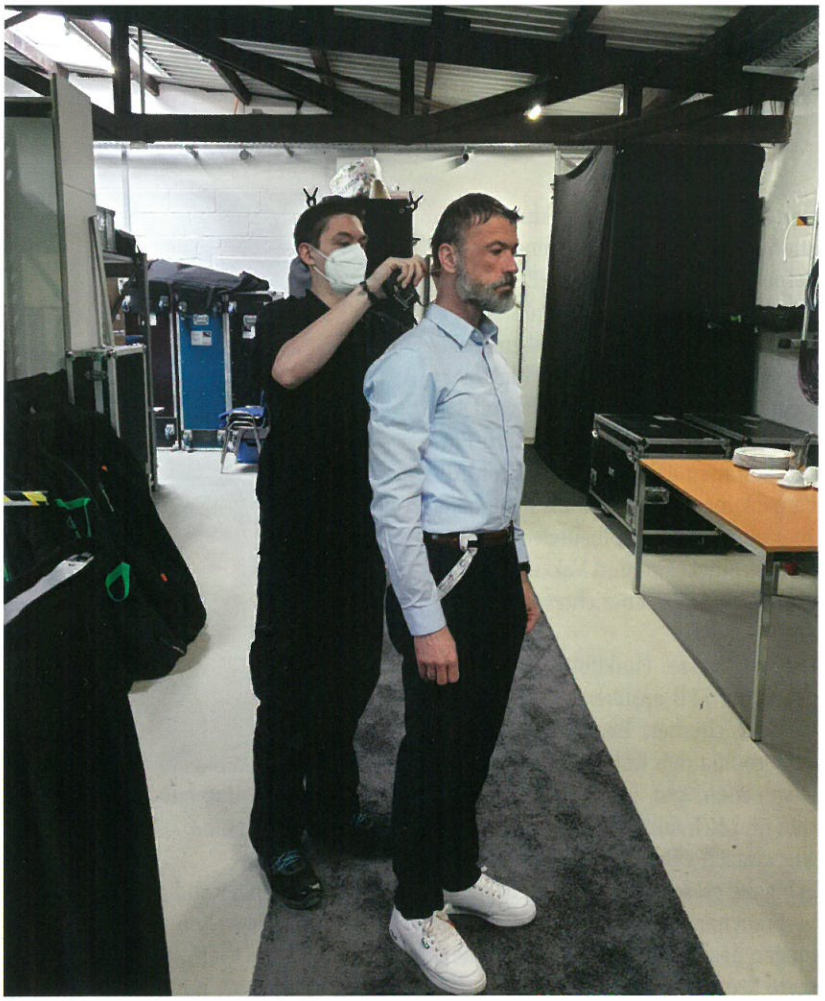
Heute bestehen die über den gelben Sack erfassten Verpackungskunststoffe aus privaten Haushalten aus verschiedenen Kunststoffen mit Fremdmaterialien. Um die einzelnen Abfälle aber einer sinnvollen Verwertung zuzuführen, müssen sie aufbereitet werden. Das Sortieren und Erfassen von Kunststoffabfällen erfolgt heute in Sekundenschnelle in vollautomatischen Sortieranlagen mit kombinierten Sensorsystemen, die sowohl die Nahinfrarotsensor-Erkennung (NIR) als auch die Größen- und Farberkennung mittels Kamera ermöglichen.

„Hochwertiges Kunststoffrecycling kann dann besonders gut erfolgen, wenn möglichst sortenreine und saubere Kunststoffe getrennt von ►

Sealed Air Re-imagine™ | SILVER PLASTICS® | TOMRA | Topac

anderen Abfällen erfaßt werden", so Glassneck. Als problematisch erweise sich hierbei aber, störende Stoffe herauszusortieren. Eine besondere Herausforderung ergebe sich hierbei u.a. aus Verbundmaterialien wie Kaffeetüten, Papier-Verpackungen mit durchsichtigen Kunststofffenstern oder PET-Trays für Fleischprodukte, die aus mehreren übereinander geschichteten und ineinander verklebten Lagen Kunststoff (Multilayern) bestehen. Häufig sind diese Materialverbunde obendrein aus verschiedenen Kunststoffarten aufgebaut, um bestimmte Barriereeigenschaften zu realisieren. Sie machen es aber fast unmöglich, die Verpackungen sortenrein zu trennen, so Glassneck. Bei den Verpackungen mit Sichtfenster zum Beispiel machte Glassneck auf die besondere Problematik aufmerksam, dass die Sensorik aufgrund der Materialkombination Schwierigkeiten dabei habe, die Verpackung entweder der Fraktion „Papier" oder der Fraktion „Kunststoff" zuzuordnen.

„Wenn wir den gesamten Recyclingprozess verbessern wollen, dann müssen wir bereits bei der Herstellung von Verpackungen ansetzen und von vornherein Verpackungen herstellen, die bestmöglich im Wiederaufbereitungsprozess aufgefangen werden". Der Design-for-Recycling-Ansatz könne dabei helfen, dass im Ergebnis geschlossenes Recycling entstehe, so Glassneck.



Moderator Olaf Behnel (SN-Verlag) erhält kurz vor Sendungsbeginn noch das obligatorische Mikrophon.

Recyclingfähigkeit überprübar gemacht

Nach welchen Kriterien Verpackung auf ihre Recyclingfähigkeit hin überprüft werden kann, darüber lieferte Sandra Beckamp, Geschäftsführerin des Institutes Cyclos-HTP (CHI), mit ihrer Präsentation „100 % Recyclingfähigkeit und nachwachsende Rohstoffe" wertvolle Informationen. Das Institut mit Sitz in Aachen betreibt seit 2014 wissenschaftlich fundiertes und praxiserprobtes Assessment und hat mit Unterstützung des Unternehmens „Der Grüne Punkt" zur Bewertung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen und Waren einen Anforderungs- und Bewertungskatalog erarbeitet, den anerkannten Prüfstandard CHI-RA, der in der Industrie akzeptiert

100% Mono-Kunststoffverpackungen und Verpackungen aus natürlichen Fasern (Golden Fibres®),
die nicht mehr als Nahrungsmittel dienen. Höchste Sortenreinheit des Ausgangsmaterials hat für uns Priorität.
Mit unserer CAPRIELLA® PET-Schale können wir, im Gegensatz zu herkömmlichen Schalen, auf Saugeinlagen,Kleber oder PE verzichten.

SILVER PLASTICS®
IHR Partner für nachhaltige Verpackungen

silver plastics® GmbH & Co. KG
Godesberger Str.9 - 53842 Troisdorf · Tel.: +49 (0) 2241 8808-0 · info@silverplastics.de
www.silverplastics.de

Auch Zeit für Pause muss sein wie hier bei Moderator Björn Gallenkamp (Ribbeck/PackLogic).

und normenkonform ist (EN 13430, ISO 14021). Zu den Kunden des Instituts zählen Markenhersteller, Verpackungshersteller und Discounter.

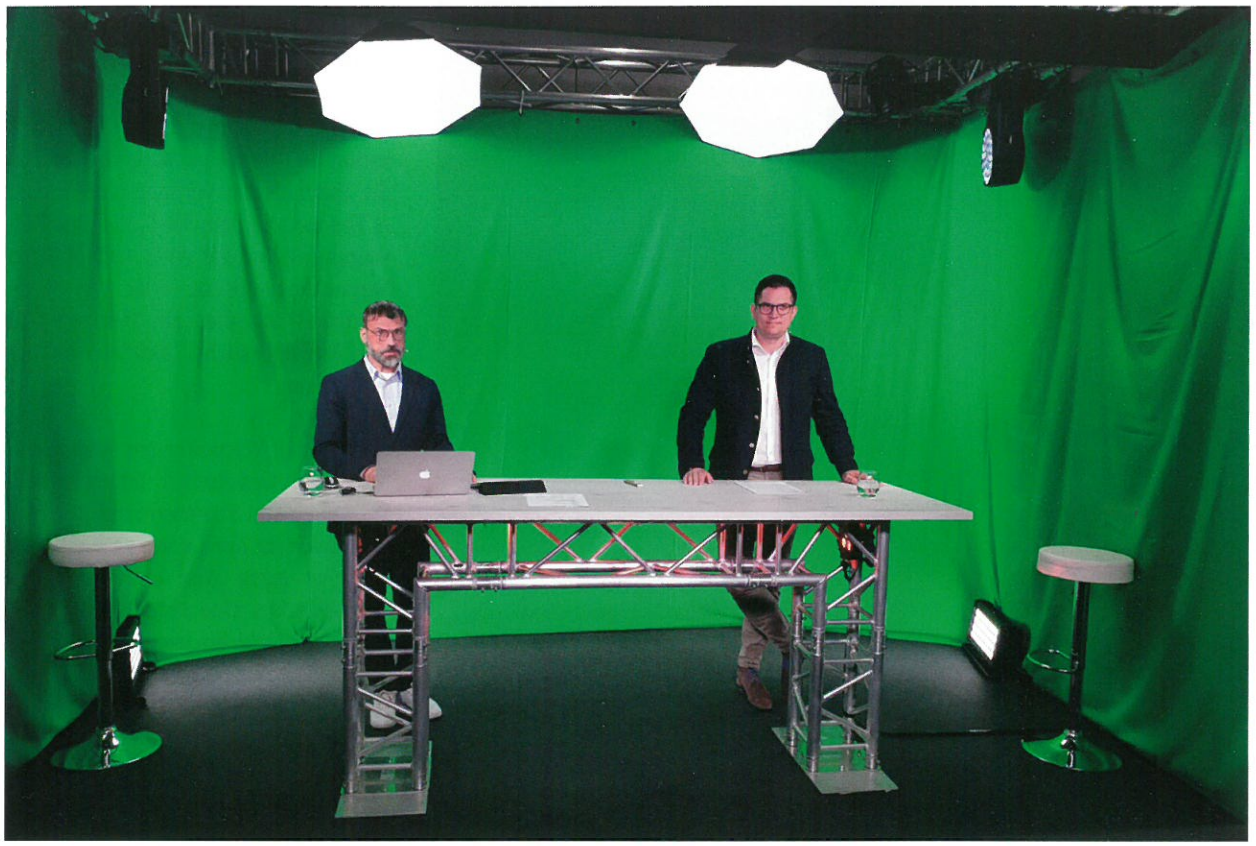
Beckamp stellte auf Grundlage des CHI-RA-Prüfkatalogs die allgemeine Systematik der Bemessung der Recyclingfähigkeit dar. Dabei existieren stets drei zentrale Fragestellungen: Gibt es für die zu bewertende Verpackung eine Sammel- und Recyclinginfrastruktur? Wie hoch ist der verfügbare Wertstoffgehalt bzw. welche Anteile gehen gestaltungsbedingt im Recyclingprozess verloren? Weist die Verpackung Komponenten oder Stoffe auf, die das Produkt (=Rezyklat) des Recyclingprozesses unbrauchbar machen können (Unverträglichkeiten)?

Recyclingfähigkeit richtig kommunizieren

Um Wertschöpfung durch Kommunikation auf der Verpackung drehte sich die Thematik des Vortrages von Michael Thomas mit dem Titel „Richtige Entsorgung & Vorteile einer nachhaltigen Verpackungs-Lösung oder wie kommuniziere ich dies als Mehrwert für den Endverbraucher sichtbar auf der Verpackung?“

Nachhaltige Verpackungen sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Sie stehen laut Thomas in der Bevölkerung hoch im Kurs, denn 73 % der Verbraucher legen Wert auf nachhaltige Verpackungen. Und 83 % sind sogar bereit, mehr Geld für nachhaltige Verpackungen auszugeben – im Durchschnitt 6,5 %. Bei den Verpackungsmaterialien werden vor allem Papier und Glas als nachhaltig angesehen. Bei allen anderen Verpackungen sei das hingegen nicht wirklich der Fall.

Als Ursache macht Thomas Informationsdefizite aus, was durch viele aktuelle Studien bestätigt werde. Da gebe es eine Diskrepanz selbst bei einfachen Botschaften. Es müsse daher sichergestellt werden, dass Aussagen, die getätigt werden möchten und Handlungsaufforderungen an die Verbraucher auch richtig verstanden werden, denn nur was, was verstanden wird, zählt. Er stellt klar: „Die Industrie hat ein ►



Green Screen: So sah die Moderation während der kompletten Veranstaltung aus. TV-Sendungen wie die Tagesthemen werden ebenfalls auf diese Weise produziert.

Kommunikationsproblem", denn nur 11 % der Verbraucher fühlen sich ausreichend informiert, obwohl 96 % der Unternehmen darüber informieren wollen."

Richtiges und nachhaltiges Verhalten sei aber alles andere als einfach. Der Verbraucher benötige Hilfestellung um zu wissen, welche Verpackungsabfälle er in welchen Recyclingsstrom zurückgeben muss. Dazu zählen auch entsprechende Trennhinweise, die mitgeliefert werden müssen. Um Konsumentenfreundliche Kommunikation bestmöglich zu kommunizieren sei es erforderlich, die Maßnahmen in einer Strategie zu bündeln. Dazu müsse zunächst die Aufmerksamkeit des Kunden, etwa am POS im Supermarkt, innerhalb von Sekunden auf leicht verständliche und eindeutige Weise erreicht werden. Des Weiteren gelte es, Relevanz, Akzeptanz und Begeisterung zu erzeugen. Begeisterung beim Kunden zu entfachen sei der ausschlaggebende Faktor, an dem Verhaltensänderung stattfinde, denn nur dann, wenn Begeisterung erzeugt werde, sei der Kunde auch bereit, größere Hürden zu überspringen und auch mehr Geld für nachhaltige, aber auch teurere Verpackungen zu bezahlen.

CO_2-Footprint für Verpackungen berechnen

„Wie können Unternehmen nachhaltiger werden?", lautete die zentrale Fragestellung des Vortrages „Was ist der CO_2 Fußabdruck? Wie setzt sich er sich zusammen? Was betrachte ich für mein Unternehmen?" von Marc Heyer (PackLogic). Um dies herauszufinden und für sich zu definieren, können Unternehmen dies im Rahmen einer Klimastrategie entweder im Wege der Erstellung einer Ökobilanz erreichen oder durch die Analyse des CO_2-Fußabdrucks.

Mit einer Ökobilanz werden sämtliche Umweltwirkungen betrachtet, die ein Unternehmen verursacht, also alle relevanten, potenziellen Schadwirkungen auf die Umwelt (Boden, Luft, Wasser) berücksichtigt. Der CO_2-Fußabdruck (Carbon Footprint) dagegen betrachtet davon lediglich eine Teilmenge, die CO_2-Emissionen (bzw. CO_2-Äquivalente), die entweder direkt oder indirekt verursacht werden, stellte Heyer klar. Im Unterschied zur Ökobilanz werde beim CO_2-Fußabdruck also nur eine Umweltwirkung berücksichtigt, wodurch nur Aussagen über den Beitrag zum Treibhauseffekt getroffen werden. Der CO_2-Fußabdruck kann nicht nur auf Unternehmen angewendet werden, sondern auch für Produkte und Dienstleistungen berechnet werden. Auch der CO_2-Footprint von Verpackungen lasse sich sehr exakt berechnen, so Heyer.

In die Kalkulation des CO_2-Fußabdrucks fließen alle klimarelevanten Emissionen des Unternehmens ein, etwa aus Produktion, Verwaltung, Verkehr und Gebäuden. Notwendig sei außerdem, in Erfahrung zu bringen, an welcher

Stelle des Unternehmens durch welche Handlungen, Aktivitäten und Prozesse wie viel an Treibhausgasen entsteht. Neben dem CO_2-Ausstoß werde auch die Freisetzung anderer Treibhausgase in die Betrachtung mit einbezogen, so z. B. Ozon, Methan und Lachgas. Unternehmen können konkrete Vorteile erzielen, wenn sie die Reduzierung der eigenen Emissionswerte in Erwägung ziehen. So können sie sich zum Beispiel nach ISO 50001 zertifizieren lassen und durch die Senkung ihrer Energiekosten von steuerlichen Vorteilen profitieren, aber auch vom verbesserten Energiemanagement.

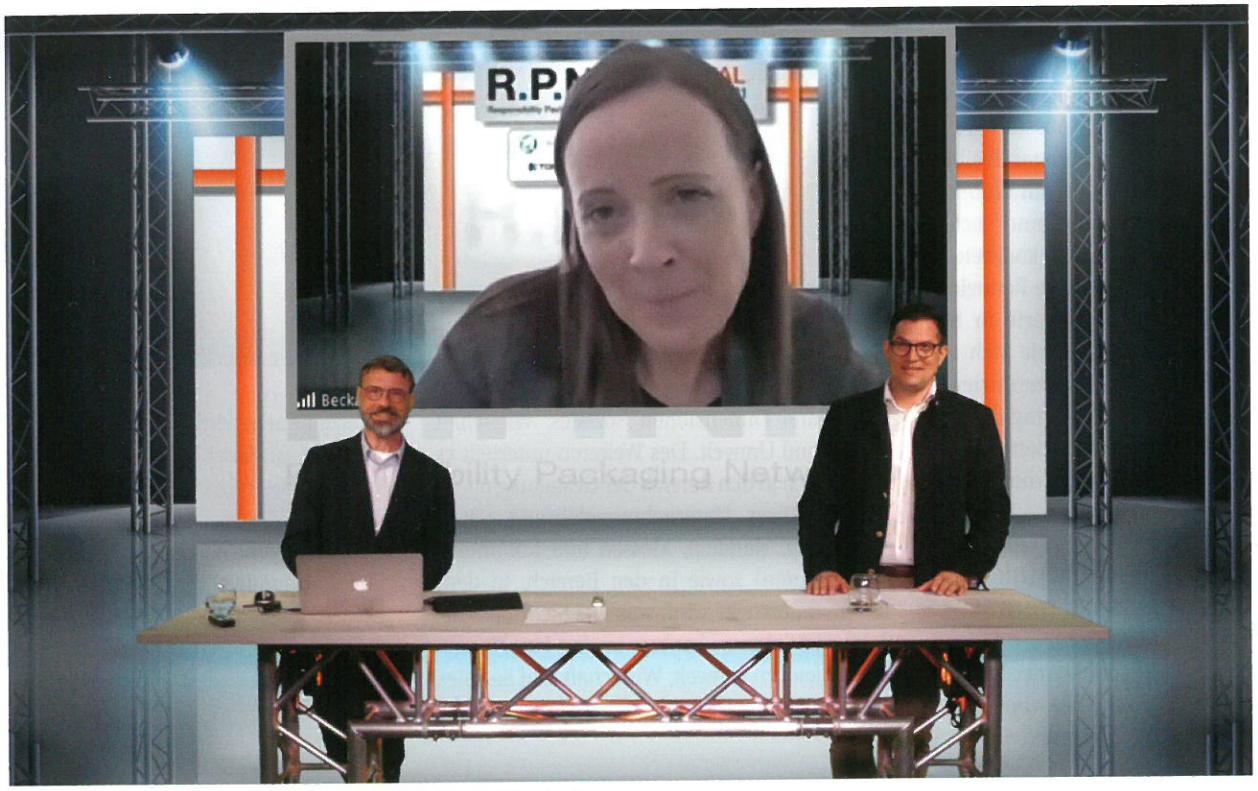
Nachhaltigkeit messbar gemacht

Den Schlusspunkt der Vortragsreihe setzte Dr. Axel Kölle vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) mit seiner Präsentation „Messbarkeit von ganzheitlicher Nachhaltigkeit am Beispiel des ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften". Das ZNU ist ein Institut der Wirtschaftsfakultät an der Universität Witten/Herdecke, das rund um das Thema Nachhaltigkeit forscht. Das mittlerweile aus rund 100 Unternehmen bestehende ZNU-Partnernetzwerk ist tief in der FMCG-Branche verwurzelt, u. a. auch im Lebensmittelbereich an der Schnittstelle zum Handel.

Eines der Kernziele des ZNU ist es, Instrumente zu entwickeln, um das Thema Nachhaltigkeit greifbar im Sinne von messbar zu machen. Dafür hat das Institut seinen ZNU-Standard „Nachhaltiger Wirtschaften" entwickelt. Es bedeutet, auf Unternehmens- und auf Produktebene schrittweise mehr Verantwortung für Mensch und Natur zu übernehmen, vom Unternehmensstandort über die Wertschöpfungskette bis hin zur Gesellschaft. Werde der Standard von Unternehmen angewandt bzw. umgesetzt, können sie sich systematisch und sukzessive weiterentwickeln im Sinne nachhaltiger Wirtschaften, so Kölle.

Das Thema Nachhaltigkeit besteht im Rahmen des ZNU-Standards aus den drei Dimensionen Soziales, Wirtschaft und Umwelt. Des Weiteren unterteilt er sich in den Bereich der Gestaltung nachhaltiger Unternehmensführung (Denken, Handeln, Messen und Kommunizieren) sowie in den Bereich, in dem untersucht wird, was aus Sicht der Unternehmen konkret in den Handlungsfeldern Umwelt, Wirtschaft und Soziales unternommen wird. Das Thema „Verpackung" ist dabei ein Unterthema des Handlungsbereichs Umwelt. Hieraus ergibt sich für Unternehmen ein Bündel an Anforderungen: Achtet es systematisch darauf, unnötige Verpackung zu vermeiden (z. B. Umverpackungen), Verpackungsgewicht zu vermindern (z. B. dünnere Materialien), verwertbare ►

Bald auf Sendung: Einblendungen sorgten für die fortlaufende Information der R.P.N.E. Gäste.



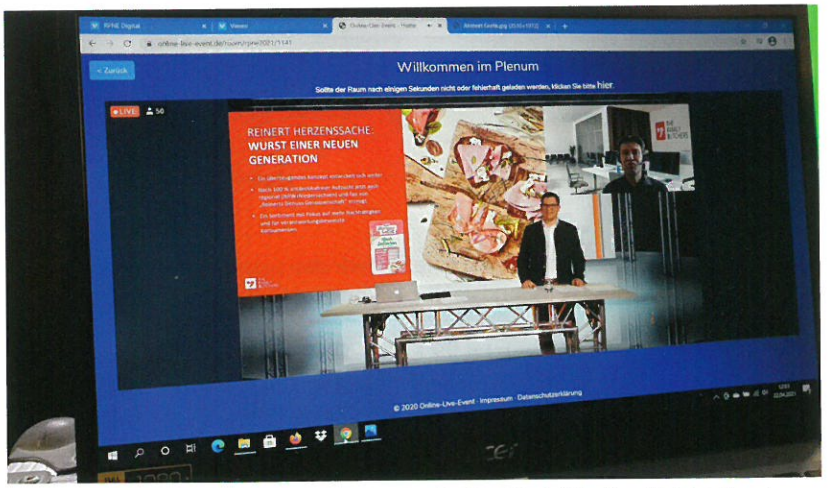
Anmoderation des Vortrages von Sandra Beckamp (Cyclos).

oder wiederverwendbare Verpackung einzusetzen (z. B. Mehrweg) und die Umweltauswirkungen, die durch Verpackungen entstehen, zu minimieren (z. B. umweltschonende Materialien)?

Der ZNU-Standard trete keinesfalls in Konkurrenz zu anderen in Deutschland geltenden Standards, sondern übe vielmehr eine Klammerfunktion aus, indem Dinge für die Wirtschaft übersetzt- und anwendbar werden, so Kölle. Schließlich soll der ZNU-Standard dabei unterstützen, glaubwürdig zu kommunizieren. Nicht zuletzt ist der ZNU-Standard durch unabhängige Zertifizierungsstellen extern zertifizierbar und international sowie branchenübergreifend anwendbar.

R.P.N.E. Expo: Fortsetzung folgt

Mit der R.P.N.E. Expo, die als hybride Veranstaltung (Präsenz, Live-Stream) am 22. und 23. Juni geplant ist, findet das RPNE Forum seine Fortsetzung. Dort sollen die im digitalen Forum aufgeworfenen Fragen und Problemstellungen im KIN in Neumünster, u. a. mit Vorträgen und in Workshops, weiter bearbeitet werden.



Moderator Björn Gallenkamp im Gespräch mit Jörg Kreft (The Family Butchers).

Ein durchweg positives Fazit zog das Moderatoren-Duo um Björn Gallenkamp und Olaf Behnel (Redakteur SN-Verlag), das die Teilnehmer des digitalen R.P.N.E. Forums durch den Veranstaltungstag begleitete. „Es ist begeisternd, welche Möglichkeiten die digitale Technik heute bietet, aktuelle Themen aus der Verpackungs- und Lebensmittelbranche über Magazin und Website hinaus erfolgreich zu kommunizieren", so Behnel. „Eine überaus gelungene Veranstaltung. Wir haben es hinbekommen, auf hohem Niveau, nachhaltig zu diskutieren. Die Vorträge und Referenten waren gut gewählt und die konstant hohe Zahl an Teilnehmern von morgens bis in den Nachmittag hinein hat gezeigt, dass wir uns für die richtigen Themen entschieden haben", so Gallenkamp. *beh*