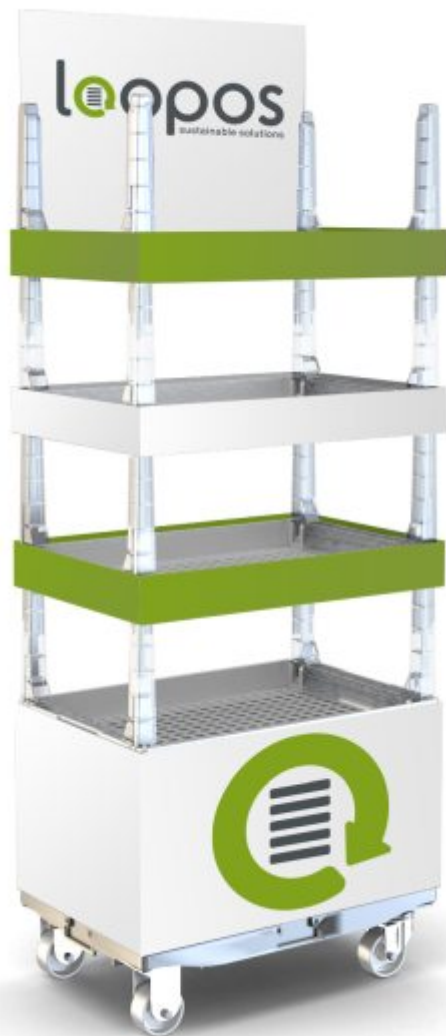


## Nachhaltige Verpackungslösungen für Markenhersteller

Artikel vom **15. Dezember 2021**

Verpackungen aus Kunststoff/Verbundverpackungen

Für Markenartikel gibt es mit Blick auf die Verpackung nur ein zentrales Thema: Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit ist cool, hip und bei der jungen Generation so gefragt wie nie. Dabei greifen auch Lebensmittelhersteller immer häufiger zu alternativen Materialien, zum Beispiel bei der Chipstüte aus Papier und der abbaubaren Kaffeekapsel.



Für ein POS-Display werden 8 bis 10 Kilogramm Wellpappe benötigt, die nach der Verwendung entsorgt werden müssen. Das soll sich mit dem neuen Mehrwegdisplay-System ändern. Es lässt sich mit wenigen Handgriffen optisch ansprechend platzieren und bietet so zum Beispiel attraktive Lösungen in der Warenpräsentation bei geringem Materialeinsatz (Bild: Packservice).

Die [Packservice-Gruppe](#) arbeitet seit 1980 für namhafte Hersteller aus verschiedenen Branchen. Das Unternehmen mit österreichischer Zentrale in Achau bei Wien und mit über 30 Standorten in Österreich, Deutschland und der Schweiz unterstützt seine Kunden dabei, die Ziele ihrer Nachhaltigkeitsstrategien zu erreichen.



Das Mehrwegdisplay ist einfach zu konfigurieren (Bild: Packservice).

2020 wurde etwa das Unternehmen für sein Mehrwegdisplay »Loopos« in Österreich mit einem Staatspreis in der Kategorie B2B ausgezeichnet. Nun arbeitet die Unternehmensgruppe an neuen Ansätzen, unter anderem in enger Zusammenarbeit mit Verbänden und Hochschulen, aber auch mit externen Beratern und Verpackungsmaschinenherstellern – denn die Firmengruppe verzeichnet eine verstärkte Nachfrage nach ökologischen Verpackungskonzepten. Bei der Realisierung werden auch logistische Abläufe berücksichtigt: Wo können innerhalb der Lieferkette Transportwege und somit CO<sub>2</sub> reduziert werden? Wo können Mehrwegverpackungen statt Kartonverpackungen im Handel eingesetzt werden. Das sind nur zwei beispielhafte Fragen, für die Packservice aktuell smarte Lösungen entwickelt.

## Der CO<sub>2</sub>-Footprint zählt

Die Nachhaltigkeit von Verpackungen wird von drei Hauptfaktoren beeinflusst: Ökologie, Ökonomie und soziale Verantwortung. Dabei gilt es, sowohl gesetzliche Vorgaben und Verbraucherwünsche zu berücksichtigen als auch die Produktions- und Logistikprozesse nicht außer Acht zu lassen. Für das ökologische und nachhaltige Verpacken ist ein geringer CO<sub>2</sub>-Fußabdruck maßgeblich, erzielen lässt sich dieser zum Beispiel durch die Reduktion von Verpackungsmaterialien und die Verwendung von nachwachsenden Rohstoffen. Hier setzt die Packservice-Gruppe an.



Beispiel für den Ersatz einer Kunststoff-Banderole durch eine Banderole aus Graspapier (Bild: Packservice).

Für einen namhaften Kosmetikerhersteller wurden beispielsweise die ersten Sleeves aus Graspapier erfolgreich im Handel getestet. eine Alternative zum klassischen Doppelpack mit Kunststoff-Banderole. Weitere Projekte sind bereits in Planung. Verpackungsingenieurin Simone Pusch berät die Firmengruppe dabei. Sie kennt die komplexen Anforderungen am Markt und weiß, wie vielschichtig beispielweise das Thema Kunststoffreduktion ist: »Generell kann man sagen, dass es möglich ist, Verpackungen, die ausschließlich aus verkaufsfördernden Gesichtspunkten und Markenaspekten Kunststoff verwenden, auf zum Beispiel Faserstoffe umzustellen. Allerdings immer unter Berücksichtigung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks und der entsprechenden Anforderungen des Füllguts gegenüber der Verpackung. Ein genereller Verzicht auf Kunststoff macht wenig Sinn und hängt in erster Linie vom Füllgut ab. Es bedarf immer einer ganzheitlichen Betrachtung.«

## Verbraucher informieren

Themen wie Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit, soziale Verantwortung und Teilhabe identifiziert die aktuelle Nachhaltigkeitsstudie der internationalen Unternehmensberatung Capgemini als entscheidend für das zukünftige Kaufverhalten. So hätten sich während der Corona-Pandemie die Menschen häufig die Frage gestellt, woher eigentlich ihre Produkte kommen und welchen Einfluss sie auf die Umwelt haben. Während die Herkunft der Produkte noch relativ einfach zu identifizieren sei, sei es hingegen oftmals nur schwer ersichtlich, ob eine Verpackung nachhaltig und ökologisch sinnvoll ist. Diese Sicht teilt auch Pusch: »Die Konsumenten sehen Verpackungen meist dann als nachhaltig an, wenn sie aus recycelten oder recycelbaren Materialien bestehen, also vor allem aus Papier, Pappe oder Glas. Bei Kunststoffen ist es für den Verbraucher weitaus schwieriger zu erkennen, ob das Material eventuell biologisch abbaubar ist, aus recyceltem Material besteht oder erdölbasiert ist. Gerade hier ist es wichtig, die Recyclingfähigkeit von Kunststoffen aktiv an den Verbraucher zu kommunizieren und Kunststoffe auch nur dort einzusetzen, wo sie für das Füllgut zwingend erforderlich sind«, so die Verpackungsexpertin.

## Aufklärung und Information

Für welche Materialien gibt es heute schon echte Alternativen? Ist beispielsweise biologisch abbaubares Plastik umweltfreundlicher als konventionelles Plastik? Verbraucher sind häufig ratlos und können sich meist nur über Labels und Marketingversprechen orientieren. Dabei gibt es signifikante Unterschiede, insbesondere beim Thema Kunststoffe. »Man unterscheidet zwischen Bio-Kunststoffen aus nachwachsenden Rohstoffen und Bio-Kunststoffen, welche auf Basis petrochemischer Rohstoffe basieren. Die meisten Bio-Kunststoffe zerfallen nicht in Humus, sondern zu Wasser und CO<sub>2</sub>, diese sind über den Restmüll zu entsorgen. Für die Abbaubarkeit und die Zersetzung von Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen, zum Beispiel auf Zuckerrohrbasis, werden ideale Bedingungen benötigt, welche der heimische Kompost nicht bietet. Der Konsument wird die Bio-Kunststoffverpackung – sofern er sie als solche erkennt – wahrscheinlich im Biomüll entsorgen. Die konventionellen Kunststoffe hingegen können über den Wertstoff in unserem Entsorgungssystem direkt recycelt werden«, erklärt Pusch. Markenhersteller wie [L'Oréal](#) haben erkannt, dass sie ihre Kunden besser aufklären müssen, und sprechen zum ersten Mal öffentlich auch über Themen wie Recycling und Verpackungen – beispielweise im »[Garnier Green Talk](#)« auf dem eigenen Youtube-Kanal des Unternehmens, bei dem TV-Moderatorin Janin Ullmann unter anderem Produktionsstandorte und Recyclinghöfe besucht. Eine Entwicklung, die sich nicht mehr aufhalten lässt und die Verbraucherinnen und Verbraucher genauso beschäftigen wird wie Hersteller, Handel, Logistiker und Lohnverpacker.



**Packservice PS Marketing GmbH**  
**Infos zum Unternehmen**

---

**Packservice PS Marketing GmbH**  
Mannheimer Str. 16-18  
D-76131 Karlsruhe

---

0721 96166 0

---

[info@packservice.de](mailto:info@packservice.de)

---

[www.packservice.com](http://www.packservice.com)

---