

Umfassende Analyse statt Klein-Klein

Auf Einzelprodukte bezogene CO₂-Labels sagen nicht die ganze Wahrheit – Daten für präzises Monitoring liegen vor

Wiesbaden. Um das Thema Verpackung und Ökologie war es lange still geworden. Im Zuge der Klimadebatte hat sich das geändert. Hersteller, sollten den Grad der „Nachhaltigkeit“ ihrer Verpackungen systematisch ermitteln.

Ökonomischer Druck geht langfristig weniger von Produktionskosten, von Lizenzentgelten der Dualen Systeme oder von umweltpolitischen Vorgaben aus, sondern wird vielmehr durch die Diskussion um Klimaschutz und Ökologie erhöht. Die Forderungen nach mehr Öko-Bewusstsein kommen mehr und mehr vom Endverbraucher.

Auch an Verpackungen wird die CO₂-Diskussion nicht spurlos vorbegehen, zumal diese im Carbon

regional distribuiert wird, ist besser als die eines gleichartigen, das größtenteils überregional vertrieben wird. Orientieren sich Konsumenten nur an den Werten der CO₂-Labels, führt dies oft zu ökologisch suboptimalen Kaufentscheidungen, weil diese Logistikwege nur durchschnittlich spiegeln.

Es muss daher ein Monitoring entwickelt und umgesetzt werden, das über das Aufstellen von Produktbilanzen hinausgeht. Es sollte den CO₂-Beitrag in Verkehr gebrachter Verpackungen untersuchen und quantifizieren und darüber hinaus Ansatzpunkte aufzeigen, an denen die CO₂-Bilanz von Verpackungen mittels effizienter Maßnahmen verbessert werden kann, ohne dass sich dadurch die Gesamtbilanz des Konsums verschlechtert.

Solch ein Monitoring setzt eine



Müllparade: Jeder Deutsche erwirbt pro Tag durchschnittlich 3,3 kg Konsumgüter in Einwegverpackungen – das entspricht 1,2 t im Jahr.

Footprint eines Produktes mehr als nur den „großen Zeh“ ausmachen. Wie hoch die Quote genau ist, wird derzeit in vielen Unternehmen und Institutionen diskutiert und erforscht. Eine vom Industrieverband Kunststoffverpackungen initiierte Studie des Heidelberger Ifeu-Instituts bezieht sie im Fall eines kohlenstoffhaltigen Getränks in einer 1,5-l-PET-Flasche auf 25 Prozent, im Fall eines Joghurts im 500-ml-PP-Becher auf 15 Prozent. In beiden Fällen übersteigt der Beitrag der Verpackung zu den CO₂-Emissionen den Masseanteil des Packmittels am Gesamtprodukt bei weitem. Zurzeit werden für zahlreiche Artikel Öko-Bilanzen erstellt. Hersteller stellen sich darauf ein, dass vor allem angelsächsische Händler wie Tesco und Wal-Mart von Lieferanten schon bald ein CO₂-Label verlangen könnten.

Solche Bilanzen haben ihre Berechtigung. Doch die Fokussierung auf Einzelprodukte kann den Blick auf den Gesamtzusammenhang verstellen. Ein Beispiel: Zu den zentralen Verpackungsfunktionen gehört der Schutz des Inhalts. Untersuchungen belegen, dass Verbraucher bereits heute einen erheblichen Teil eingekaufter Lebensmittel unverzehrt entsorgen. Würde der Verpackungsaufwand bei gegebenem Stand der Technik reduziert, um CO₂-Emissionen zu senken, hätte dies negative Folgen für die Haltbarkeit von Produkten. Die Maßnahme wäre sogar kontraproduktiv. Ein weiteres Beispiel: Die CO₂-Bilanz eines Produktes, das überwiegend

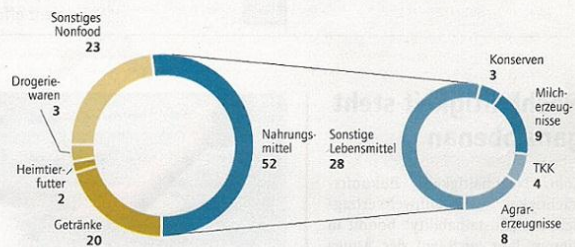
Fokussierung auf einzelne CO₂-Fußabdrücke verstellen den Blick aufs Ganze

72 Prozent der in Einweg-Verpackungen in Verkehr gebrachten Füllgüter aus. Davon entfallen etwa ein Drittel auf Getränke und zwei Drittel auf Nahrungsmittel. Letztere steuern fast 46 Prozent zur gesamten Packmitteltonnage bei (siehe Grafik und Tabelle).

Die Auffächerung nach Materialien legt die relevanten Größenordnungen offen. In Deutschland werden insgesamt 16,5 Mio. t Verpackungen in Verkehr gebracht. Davon entfallen 5 Mio. t auf Behälter und flexible Ver-

LEBENSMITTEL STELLEN LÖWENANTEIL

In Deutschland verpackt in Verkehr gebrachte Produkte* 2008, in Prozent



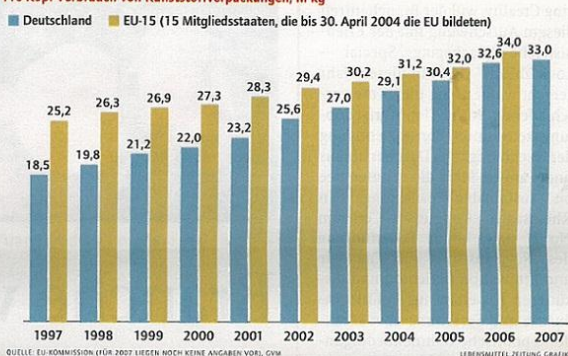
* nur Einwegverpackungen, ohne industriellen Verbrauch, Vorausschätzung 2008 auf Basis 2007

QUELLE: BMV MBW WIESBADEN

LEBENSMITTEL ZEITUNG GRAFIK

DEUTSCHE LERNEN PLASTIK LIEBEN

Pro-Kopf-Verbrauch von Kunststoffverpackungen, in kg



QUELLE: EU-KOMMISSION (FÜR 2007 LIEGEN NOCH KEINE ANGABEN VOR), GfW

LEBENSMITTEL ZEITUNG GRAFIK

MIT WENIG KUNSTSTOFF VIEL VERPACKT

Packmittelstruktur und Packstoffeffizienz in Deutschland

	Glas	Papier	Kunststoff	Metalle	Gesamt
Packmittelstruktur in Prozent Basis Packmittel-Tonnage					
Nahrungsmittel	16,6	13,2	10,4	5,0	45,9
Getränke	29,3	1,6	8,9	0,4	40,4
Nonfood	1,8	3,4	5,5	2,7	13,6
Gesamt	47,7	18,2	24,8	8,1	100,0
Packmittelstruktur in Prozent Basis Füllgut-Tonnage					
Nahrungsmittel	1,5	19,7	27,9	2,0	51,7
Getränke	2,6	2,7	14,4	0,3	20,4
Nonfood	0,1	9,3	16,0	2,5	27,9
Gesamt	4,2	31,6	58,4	4,8	100,0
Packstoffeffizienz in g Packstoff je kg Füllgut					
Nahrungsmittel	565	34	19	122	44
Getränke	561	29	31	71	99
Nonfood	1,047	18	17	54	24
Gesamt	573	29	21	84	50

Nur Einwegverpackungen, nur Verbrauchsgüter, ohne Packhilfsmittel u. Verschlüsse, ohne industriellen Verbrauch, Angaben Vorausschätzung 2008 auf Basis 2007

QUELLE: GfW MARKTFORSCHUNG

LEBENSMITTEL ZEITUNG GRAFIK

packungen für haushaltsnah anfallende Verbrauchsgüter (ohne Sammelverpackungen und Verschlüsse). Kunststoffverpackungen haben daran einen Anteil von nur 24,8 Prozent, davon 19,3 Prozent Kunststoffverpackungen für Lebensmittel.

Auch ein Blick auf die Effizienz der Packstoffe lohnt. Um ein Kilogramm Füllgut unversehrt und mit gewünschter Haltbarkeitsdauer zum Endverbraucher zu bringen, sind – alle Materialfraktionen einbezogen – im Schnitt rund 50 g Packstoff notwendig. Um ein Kilogramm Nahrungsmittel verpackt zum Konsumenten zu bringen, sind 19 g Kunststoff erforderlich.

In Deutschland sind 58 Prozent aller in Verkehr gebrachten Produkte in Plastik gehüllt. Diese Quote stieg über Jahrzehnte kontinuierlich und nähert sich dem europäischen Durchschnitt zunehmend an. Letzteres ist von der

wachsenden Popularität von Einweg-Getränkeflaschen und der allgemein steigenden Convenience-Orientierung getrieben. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung wird es zunehmend legitim, in Deutschland erhobene Ergebnisse zur Nachhaltigkeit von Verpackungen auf Europa zu übertragen – und auf Europa bezogene Daten ebenso auch auf Deutschland.

Fazit: Bei der Beschäftigung mit dem CO₂-Fußabdruck von Verpackungen sollten nicht nur einzelne Produkte im Fokus stehen. Dies verstellt den Blick auf das ökologisch Richtige. Es ist ebenso wichtig, die CO₂-Bilanz aller Verpackungen systematisch zu betrachten und zu bewerten. Die dafür notwendigen Bezugsdaten liegen bereits vor.

Kurt Schüler/12.10.09

Der Autor ist geschäftsführender Gesellschafter der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH, Wiesbaden.