

Umdenken

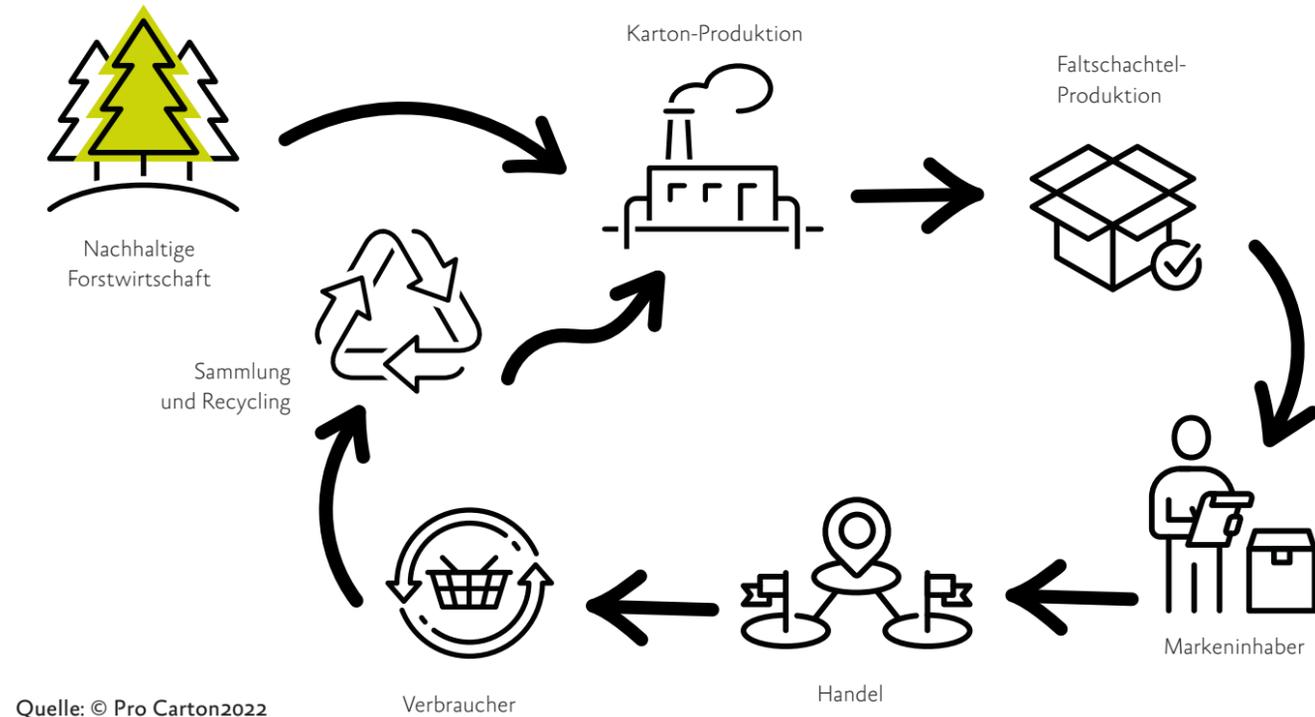
Verpackungen im Wandel der Zeit

**KARTON
IST DIE
VERPACKUNG
DER ZUKUNFT**



**Studie der TU Graz: Verpackungslösungen,
die über 25 Kreisläufe hinaus rezykliert werden können.**

Karton LifeCycle



Nachhaltig bleibt weiter notwendig



Foto Carsten Hoppen

Reiner Mihr, Chefredakteur der Lebensmittel Praxis

>> **Megatrend Nachhaltigkeit.** Pandemie, Lieferkettenprobleme, der Krieg in der Ukraine und nun auch noch die sich manifestierende Inflation beeinflussen natürlich das Kaufverhalten der Konsumenten. Dennoch verschwinden die Themen Klimaschutz, nachhaltige Produktion, Ressourcenschonung nicht von der Agenda. Der erste Nachhaltigkeitsindex der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) vom Mai diesen Jahres sieht sogar weiterhin die Bereitschaft beim Konsumenten, mehr Geld für umweltfreundliche Produkte und Verpackungen auszugeben.

Die Einkaufsgewohnheiten haben sich bereits verändert. Mehr als sechs von zehn Verbrauchern gaben bei einer europaweiten Prospectus Global-Studie an, dass die Umweltfolgen von Verpackungen ihre Kaufentscheidungen beeinflussen. Das ist jetzt auch bei der Markenartikelindustrie und im Handel angekommen: Mit dem Einsatz von Kartonverpackungen besteht die Möglichkeit, fossile Ressourcen einzusparen und den Kohlendioxid-Footprint zu verbessern. Karton ist erneuerbar, recycelbar und biologisch abbaubar und Kartonfasern können über 25 Mal rezykliert werden. Der bedeutendste Vorteil ist aber der Beitrag zum Klimaschutz: Karton bindet wie der Wald Kohlenstoff in seinen Fasern.

Dennoch, der Weg zu einer echten Kreislaufwirtschaft ist noch weit. Viele Verpackungen müssen künftig ganz neu und ressourcenschonender gedacht werden.

Inhalt

4 Trotz Inflation greifen die Verbraucher bei nachhaltigen Produkten und Verpackungen weiter zu

7 Die Versorgungssicherheit für die Kunden der Faltschachtelindustrie ist gewährleistet

8 Horst Bittermann, Präsident Pro Carton, und Andreas Helbig, Vorstandssprecher FFI, im Interview

10 Daten und Fakten: Papierbasierte Verpackungen sind klimafreundlich

12 Der Wald in Europa ist nachhaltig bewirtschaftet

13 Studie: Faltschachtelkarton ist ein wahres Kreislaufwunder

14 Ausgezeichnet: Die Preisträger des European Excellence Awards 2022

Titelfoto: Lebensmittel Praxis



„Plastik gehört als Verpackung nicht in die Obst- und Gemüseabteilung des Lebensmittelhandels, das ist und bleibt ein Stilbruch gegen die Natur.“

Dr. Klaus-Jürgen Grün, Professor für Philosophie, Schwerpunkt Wirtschaftsphilosophie, an der Goethe Universität Frankfurt.



„Über 70 Prozent der Verbraucher treffen ihre Entscheidung erst am Point of Sale im Lebensmittelhandel. Deswegen entscheidet oft eine ansprechende Verpackung, idealerweise nachhaltig, ob der Artikel in den Warenkorb gelegt wird oder nicht. Fazit: Verpackungen sollten einen Magnet-Effekt besitzen, d. h. den Konsumenten anziehen.“

Prof. Dr. Susanne Czech-Winkelmann, Professorin für Vertriebsmanagement und Marketing, Expertin bei FIBAA



„Nachhaltigkeit, das beweisen zahlreiche Studien, steht beim Verbraucher hoch im Kurs. Karton und die Faltschachtel sind hier die natürlichen Vorreiter, da sie faserbasiert sind.“

Prof. Dr. Alexander Haas, Professur für Marketing an der Justus-Liebig-Universität, Gießen

Vorreiter des Klimaschutzes

Nachhaltigkeit bleibt das Thema - auch aktuell. Papierbasierte Verpackungen aus Karton schützen das Klima und binden umweltschädliches Kohlendioxid. Marktforscher belegen: Trotz Inflation halten die Verbraucher an nachhaltigen Produkten und Verpackungen fest.

>> **Nachhaltigkeit ist ein Mega-Trend des 21. Jahrhunderts.** Im Mai dieses Jahres hat die Gesellschaft für Konsumgüterforschung (GfK) aus Nürnberg erstmals einen repräsentativen Nachhaltigkeitsindex veröffentlicht. Die aktuellen Daten der GfK zeigen, dass Nachhaltigkeit trotz großer Veränderungen wie dem Ukraine-Krieg wichtig für Verbraucher bleibt. Konsumenten seien weiterhin bereit, mehr Geld für umweltfreundliche Produkte auszugeben – trotz Inflation. Bereits in einer vorherigen Untersuchung hieß es: Um stärker ins relevant Set der „grünen“ Shopper zu gelangen und sich dort zu etablieren, sei ein erster Ansatzpunkt dem Mainstream der nachhaltigen Verpackung zu folgen. Hier seien sich alle Shopper sehr nah und einig: „Sie verlangen nachhaltigere Verpackungen“, sagen die Marktforscher.

KARTON, DAS MATERIAL DER ZUKUNFT

In der Konsumgüterindustrie ist der Megatrend längst angekommen. Der Klimawandel ist eines der größten Probleme der Gegenwart. Papierbasierte Verpackungen entstehen aus nachwachsendem Rohstoff und entsprechen dem Gedanken der Kreislaufwirtschaft. Faltschachteln sind mehr als 25 Mal recycelbar und nehmen mehr Kohlenstoff auf, als sie in

ihrem Lebenszyklus abgeben. Deshalb ist Karton das Verpackungsmaterial der Gegenwart und Zukunft. Die Einkaufsgewohnheiten haben sich bereits verändert. Mehr als sechs von zehn Verbrauchern gaben in einer aktuellen Studie von Prospectus Global an, dass die Umweltfolgen von Verpackungen ihre Kaufentscheidungen beeinflussen. „Die Verbraucher wollen ganz klar mehr denn je Produkte und Verpackungen, mit denen sich die Ressourcen der Erde schonen lassen und die am Ende ihres Produktlebenszyklus keine Umweltschäden verursachen“, erklärt Pro Carton-Präsident Horst Bittermann.

REZYKLIERBARKEIT IM FOKUS

Der Trend ist unumkehrbar. Heute werden Nudeln in Papierbeutel verpackt, aber auch bei Schokolade ist das inzwischen möglich, wie Ritter Sport zeigt. Deutschlands großer Batteriehersteller Varta hat im vergangenen Jahr auf Monoverpackungen aus Karton für seine Consumer-Batterien umgestellt, das hatte positive Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Wertigkeit der Energiespeicher, die Marktführerschaft in Deutschland wurde ausgebaut. Nestlé machte auch einen großen Sprung, weil der Nahrungsmittel-



Daumen hoch: Smarties in Karton verpackt, das geht, weiß Werksleiter Arturo Galvan.

konzern weltweit auf eine recycelbare Papierverpackung bei seiner beliebten Süßwarenmarke Smarties umswichtete. Für die Marke war das ein bedeutender Schritt: Die Umstellung betrifft das gesamte Sortiment. Smarties ist die erste globale Süßwarenmarke, die auf recycelbare Papierverpackung umstellt. Somit spart das Unternehmen ca. 250 Millionen Kunststoffverpackungen im Jahr ein. Den Anfang mit Papier haben im vergangenen Jahr die Smarties-Schokoladentafel in Großbri-

Foto Nestlé

tannien gemacht. Für Werksleiter Arturo Galvan vom Chokoladenwerk Hamburg ist die Entscheidung der Konzernmutter ein starkes Zeichen: „Zwei komplett neue Fertigungslinien verpacken nun unsere bunten Schokolinsen in Hamburg in Karton. Zwei weitere werden noch zum Einsatz kommen. Nestlé hat dafür in das Chokoladen-Werk 10 Millionen Euro investiert. Durch die Umstellung sparen wir bei uns in der Produktion jährlich mehr als 191 Tonnen Plastik ein“, berichtet der

Werksleiter. Die Marke Smarties steht nach Nestlé-Angaben für eine bunte Welt und dazu gehörten auch „smarte“ Initiativen in den Bereichen Nachhaltigkeit und Verbesserung der Produkte. „Wir sind als Nestlé auf dem Weg zu nachhaltigeren Verpackungen. Smarties in Karton ist ein wichtiger Schritt auf dieser Reise, für die wir sehr gerne die Extrameile gehen. Wir haben sogar die kultige Form der Riesenrolle auf sechseckig verändert, weil Papier als Verpackungsmaterial

1000

Tonnen Kunststoff möchte Henkel mit den neuen kunststofffreien Verpackungen einsparen.

die erfordert hat“, sagt Carmen Borsche, verantwortlich für das deutsche Süßwaren-Geschäft. Sie betont: „Als Unternehmen haben wir eine Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft. Dazu gehört auch eine abfallfreie Zukunft für unsere Kinder, daran arbeiten wir kontinuierlich.“

NESTLÉ SETZT AUF DEN KREISLAUF

Für 2025 hat Nestlé eine Zielvorgabe: Bis dahin sollen alle Verpackungen des Lebensmittelriesen recyclingfähig oder wiederverwertbar sein. In der gleichen Zeitspanne verpflichtete sich Nestlé darauf, auch ein Drittel weniger Neuplastik für seine Verpackungsanwendungen einzusetzen. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt der Lebensmittelhersteller auf drei Säulen: Nestlé entwickelt umweltfreundliche und sichere Verpackungsmaterialien, fördert die Weiterentwicklung von gut funktionierenden Sammel-, Sortier- und Recyclingsysteme und unterstützt Verbraucher beim richtigen Recycling. Die neugestaltete Smarties-Verpackung brachte Nestlé weltweit Anerkennung und Nachhaltigkeitspreise.

Andere Markenartikler ziehen nach: Seit Juli erscheinen die All-in-1-Pods der beiden Procter & Gamble-Marken Ariel und Lenor in einem neuen Gewand. Die Verpackung wurde auf eine recycelbare Kartonverpackung umgestellt, die in Deutschland, Österreich und der Schweiz pro Jahr den Einsatz von Kunststoff um annähernd 900 Tonnen reduzieren soll. Der Düsseldorfer Henkel-Konzern führte nach eigenen Angaben als erster Klebstoffhersteller weltweit kunststofffreie Umverpackungen für sein breites Sortiment an Konsumentenklebstoffen ein und startete mit dem Pritt-Klebestift im Frühsommer 2022. Die neuen kunststofffreien Umverpackungen bestehen aus mindestens 85 Prozent recyceltem Papier und sind laut Henkel vollständig recyclingfähig. Diese Lösung werde zu einer Reduzierung von jährlich 1.000 Tonnen Kunst-



Auch P&G setzt auf Kartonverpackungen.

Vollständig recycelbar

Die neue Ariel und Lenor-Verpackung besteht aus Karton, der nach Angaben von Procter und Gamble zu mindestens 70 Prozent aus recycelten Fasern besteht. Der Karton sei fast vollständig recycelbar. Die Verpackung könne im Altpapier entsorgt werden. Im DACH-Raum spare diese Umstellung rund 900 Tonnen Kunststoff ein, heißt bei P&C.

„Die Umstellung der Smarties-Verpackung auf recycelbaren Karton ist eine unserer wichtigsten nachhaltigen Verpackungsinitiativen in der Süßwaren-kategorie. Dieser Schritt trägt dazu bei, unser Ziel zu erreichen, bis 2025 alle unsere Verpackungen recycelbar oder wiederverwendbar zu machen“.

Alexander von Maillot, Global Head of Confectionery bei Nestlé



Weltweit bekannt und gefragt: die Schokolinsen der Marke Smarties. Nestlé setzt auf papierbasierte Verpackungsmaterialien, um Ressourcen zu schonen.

stoff beitragen. Da sich mehr und mehr Hersteller für Karton als bevorzugtes Verpackungsmaterial entscheiden, verzeichnet der Markt für Kartonverpackungen trotz des Rückschlags, den die Branche aufgrund der Abschwächung in den Fastfood- und Luxus-Sektoren während der Pandemie erfahren hat, ein Wachstum. Bei To Go-Produkten, die wegen ihrer Einwegverpackungen in der Kritik stehen, zeigt eine vergleichende Lebenszyklusanalyse von papierbasierten Einwegverpackungen im

Vergleich zu Mehrweglösungen aus Porzellan, Kunststoff und Metal ein Ergebnis, das dem Dogma „Mehrweg ist besser als Einweg“ widerspricht. Die Untersuchung wurde von der renommierten dänischen Umweltsachverständigenagentur Ramboll durchgeführt. „Die Achillesferse im Food Service-Segment ist die Sammlung und das Recycling von Verpackungen im Außer-Haus-Konsum“, weiß Andreas Helbig, Vorstandssprecher des FFI. „Wir können es uns nicht leisten, dass wertvolle Papierfasern dem Recyclingkreislauf verloren gehen.

Großbritannien zeigt uns, dass Verbraucher das Angebot eigener Sammelsysteme annehmen. Die Initiative „It’s your part“ startete im August ein Pilotprojekt zum Bechersammeln in Fulda. Ziel, so Helbig, sei es: „Das Sammeln und Recyceln von Papierbechern sollte den gleichen Stellenwert wie die inzwischen gesetzlich vorgeschriebene Mehrwegangebotspflicht bekommen“. Der Nachhaltigkeit wäre damit gedient, weil bei der Reinigung der Mehrwegbecher viel Energie und knappes Wasser verbraucht würden.

Fotos Nestlé, Procter & Gamble

Offene Kommunikation ist ein guter Problemlöser

Mit dem Ausbruch von Corona kamen Schlagwörter in den Fokus, die in Zeiten der Globalisierung vergessen waren. Angespannte Lieferketten und knappe Ressourcen: Die Faltschachtelindustrie bleibt lieferfähig.

>> Eine Blitzumfrage bringt es im Februar des Jahres an den Tag: Rund 90 Prozent der teilnehmenden Faltschachtelhersteller geben an, dass sich die Kommunikation in der Lieferkette gegenüber Vor-Corona-Zeiten deutlich verbessert hätte, berichtet der Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI). Das hat Gründe: Die Versorgungslage für die Hersteller ist angespannt, Lieferzeiten deutlich verlängert, die Bezugspreiserhöhungen liegen unabhängig von der Faserart im zweistelligen Bereich. Negativer Ausreißer ist der Recyclingkarton, der mit Preisteigerungen von 25 Prozent auffällt. Der FFI empfiehlt aus diesen Gründen: Zur Beruhigung der Situation sollten die Kunden aus Markenartikel-Industrie und Handel verstärkt Verantwortung übernehmen, indem sie ihre benötigten Be-

Foto Getty Images



Angespannt, aber machbar: Hält die Supply Chain zusammen, dann reißt die Lieferkette nicht.

darfe an Verpackungen realistisch und periodengerecht planen und sich dazu mit ihren Lieferanten im Rahmen bestehender Geschäftsbeziehungen intensiv austauschen. Vermeintliches Sicherheitsdenken durch frühzeitigere Bestellungen und höhe-

re Bestellmengen sei kein Mittel der Wahl, sagt FFI-Geschäftsführer Christian Schiffers. Diese Reflexe führten gar zu einer Verschärfung der Situation. Offene Kommunikation zwischen Lieferanten, Verarbeitern und Kunden sei nun gefordert, um die Bedarfe an Faltschachteln und das Angebot an Karton in Ausgleich zu bringen. So könne Stabilität und Belastbarkeit der Lieferkette für Faltschachteln erzeugt werden.

FALTSCHACHTELN BLEIBEN GEFRAGT

Faltschachteln aus Karton werden immer beliebter. Auch in der Post-Corona-Zeit erwartet die Branche eine weiterhin steigende Nachfrage nach recyclingfähigen und nachhaltigen Faltschachteln. Die FFI-Mitglieder fahren Vollast und auf ihrer Versorgungsseite sind die Kapazitäten eng. Waren es zunächst Covid-19-bedingte Probleme bei der Altpapiersammlung, die zu Engpässen bei Recyclingfasern und zu steigenden Abnahmepreisen führten, spielt das historisch signifikante Wachstum der Nachfrage nach Faltschachteln - angetrieben durch das nachhaltigere Verbraucherverhalten hin zu mehr Faserverpackungen - eine Rolle. „Mit offener Kommunikation aller Marktteilnehmer sollten sich Engpässe aber vermeiden lassen“, betont der FFI-Geschäftsführer Schiffers.

Zahlen und Fakten zu Pro Carton und FFI



Pro Carton ist ein Marketingverband und seit beinahe 30 Jahren das Sprachrohr der europäischen Karton- und Faltschachtelindustrie. Er repräsentiert circa 95 Prozent der in Europa produzierenden Kartonhersteller, die auf rund 50 Kartonmaschinen jährlich über 8 Millionen Tonnen Karton für Markenverpackungen, einschließlich Handelsmarken, erzeugen, und zwar zu etwa 50 Prozent aus Frischfasern und zu 50 Prozent aus Recyclingfasern. Er repräsentiert auch die europäischen Faltschachtelhersteller, die sich in einem Partnerverband zusammengeschlossen haben. Sie erwirtschaften in rund 500 Unternehmen mit über 90.000 Beschäftigten mehr als 20 Milliarden Euro Umsatz. Der Fachverband Faltschachtel-	Industrie e.V. (FFI) vertritt seit 1948 die Interessen von rund 60 Unternehmen dieses Industriezweiges in Deutschland, der jährlich circa 900.000 Tonnen Faltschachteln produziert. Die Faltschachtelindustrie beschäftigt in	Deutschland über 9.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in vielfältigen Berufsbildern wie Verpackungstechniker, Verpackungsentwickler, Packmitteltechnologe, Medien-gestalter und Drucker.
---	---	--

Das Miteinander in der Supply Chain ist gewachsen

Europa im Krisenmodus: Pandemie und Krieg in der Ukraine stellen alle Wirtschaftszweige vor Probleme. Über die Auswirkungen auf Kartonhersteller und die Faltschachtelindustrie sprachen wir mit Andreas Helbig, Vorstandssprecher FFI, und Horst Bittermann, Präsident Pro Carton.



>> Pandemie, Lieferkettenprobleme, Ressourcenknappheit sowie Ukraine-Krieg und nun auch noch Inflation - treten dadurch Nachhaltigkeitsziele im Verpackungssegment in den Hintergrund?

Andreas Helbig: Die genannten Aspekte haben natürlich Auswirkungen auf die Versorgungssituation innerhalb der Lieferketten. Die Auswirkungen möglicher Gaslieferstopps schweben über allen Industrien. Aber Nachhaltigkeitsziele treten nicht in den Hintergrund. Im Gegenteil, die politischen Programme zur Circular Economy seitens

„Nachhaltigkeitsziele werden auch weiterhin mit Nachdruck verfolgt.“

Andreas Helbig, Vorstandssprecher des FFI

der Europäischen Union, den Mitgliedstaaten, den NGOs und von unseren Kunden sowie dem Handel halten den Druck auf Nachhaltigkeitsziele, Kreislaufführung, Recyclingfähigkeit und Einsatz von Rezyklaten bei Verpackungen nach wie vor hoch. Wir merken aber derzeit

82

Prozent der Verpackungen aus Papier und Karton werden in der EU recycelt.

schon, dass die eine oder andere Umsetzung bei nachhaltigen Verpackungen im Einzelfall aus Kostengründen verschoben werden.

Wo Schatten ist, ist auch Licht: Welche positiven Aspekte konnten Karton- und Faltschachtelhersteller aus der Pandemie und ihren Folgen ziehen?

Helbig: Die Pandemie hat zu einem besseren Miteinander in der Supply Chain geführt. Auch für Post-Corona-Zeiten erwarten wir eine steigende Nachfrage nach recyclingfähigen und nachhaltigen Faltschachteln. Dabei treffen die coronabedingten Nachfrage-Spitzen auf eine unter Voll-Last fahrende und in ihren Kapazitäten zurückgehende Versorgungsseite. Mein Appell an Markenartikler und Handel lautet: Sprechen Sie mit uns über ihre tatsächlichen, realistischen Bedarfe an Verpackungen und tauschen Sie sich mit uns weiterhin auf der Basis von Vertrauen und Transparenz aus. Die Faltschachtelindustrie braucht Planungssicherheit und Berechenbarkeit, um alle Kunden bedarfsgerecht beliefern zu können.

Ziehen Ihrer Meinung nach bei der Umstellung von Verpackungen auf ressourcenschonende Alternativen Handel und Hersteller mit der Verpackungsindustrie an einem Strang?

Horst Bittermann: Ja, absolut! Sowohl Handel als auch Hersteller sehen die Notwendigkeiten und haben klare Ziele wie recycelbare Verpackungen bzw. die Reduktion von Kunststoffen formuliert. Wir alle haben nur einen Planeten, den müssen wir schützen.

Warum bedeutet nachhaltig mehr als nur recycelbar?

Horst Bittermann: Erstens ist recycelbar auf gut österreichisch oft nur ein Schmä, denn recycelbar heißt noch lange nicht, dass die Verpackung recycelt wird! Wenn es irgendwo auf der Welt eine Versuchsanlage für Kunststoffverbunde gibt,

die ein Recycling ermöglicht, ist der Verbund zwar theoretisch auch recycelbar, praktisch aber nicht. Das ist bei Karton und Papier anders: Beide sind nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch recycelbar. In den 27 EU-Ländern beträgt die Recyclingquote laut Eurostat über 82 Prozent. Zweitens, es gibt nur einen Planeten, dem wir nicht mehr entnehmen dürfen als nachwächst. Der jährliche Nettozuwachs beim Wald in Europa beträgt 157 Mio m³. Wir ernten weniger als wir aufforsten. Das macht faserbasierte Packmittel einzigartig.

Herr Bittermann, Sie sprechen gerne von den 3 Ps der Verpackung: Preserve, Promote und Protect. In Frankreich sind Obst und Gemüse per Gesetz nahezu kunststofffrei oder vielfach gänzlich unverpackt in der Auslage. Was halten Sie unter dem Gesichtspunkt der 3 Ps davon?

Bittermann: Bitte verwechseln Sie eine unverpackte Präsentation in den Supermarkt-Regalen nicht mit keine Verpackung nötig! Denken wir an Bananen, die Tausende Kilometer vom Ursprungsort bis in die Handelsregale zurücklegen. Sie brauchen dafür unterschiedliche Transportmittel und auch Verpackungen. Ohne Verpackung käme die Banane nicht bei uns an. Zudem müssen wir das gekaufte Obst und Gemüse auch abwiegen und nach Hause befördern. Wie sähe das ohne Verpackung etwa bei Beeren aus? Hier muss meiner Meinung nach mit Hausverstand vorgegangen werden. Keine Verpackung heiße nämlich, einen höheren Lebensmittelverlust- oder verderb in Kauf zu nehmen. Das ist aber keine Option, wenn wir den Ernährungsbedarf der Weltbevölkerung sicherstellen wollen. Es ist auch keine Option für unseren Planeten, der durch die Lebensmittelproduktion um ein vielfaches mehr belastet wird als durch die schützende Verpackung. Das können und wollen wir uns nicht leisten!

Smart Packaging, Losgröße 1 sowie Augmented Reality sind meist Premiumprodukten vorbehalten. Werden diese Themen durch die derzeitigen Rahmenbedingungen verdrängt?

Helbig: Die Digitalisierung ist nicht zu stoppen. Losgröße 1 ist und bleibt ein Thema der Wirtschaftlichkeit und damit für die FMCG-Hersteller noch Zukunftsmusik. Augmented Reality hängt von der grafischen Gestaltung sowie der Software dahinter ab und bleibt in meinen Augen gegenwärtig ein Thema, das uns vor allem bei Promotions begleiten könnte. Smart Packaging hingegen gewinnt an Fahrt, weil es großserientauglich wird. Ich



„Wir alle haben nur diesen einen Planeten, den müssen wir unbedingt schützen.“

Horst Bittermann, Präsident Pro Carton

95,5

Prozent des Strombedarfs der Papier und Kartonfabriken kommen aus der Kraft-Wärme-Kopplung.

denke da an druckbare Elektronik, die dem Markenartikler echte Alleinstellungsmerkmale bescheren kann. Hier sinken die Kosten, der Einstieg in diese Drucktechnologie wird attraktiver.

Bittermann: In Summe gilt, die neuen digitalen Möglichkeiten müssen auf den Wert der Marke einzahlen können. Nur dadurch erhalten sie Relevanz. Bei niedrigpreisigen Konsumgütern ist es aus Kostengründen schwer vorstellbar, dass kurz- bis mittelfristig solche digitalen Lösungen zum Einsatz kommen.

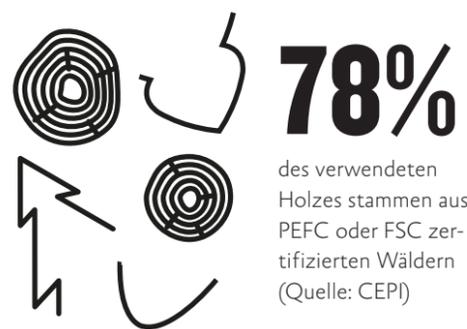
Herr Helbig: Studien besagen, dass über 70 Prozent der Verbraucher gerne zu Produkten greifen, die in Faltschachteln verpackt sind. Kann diese Zahl gehalten oder sogar noch ausgebaut werden?

Helbig: Diese Antwort fällt mir leicht, denn die allgemeine und vermutlich nicht umkehrbare Nachhaltigkeitsorientierung in der Gesellschaft spricht dafür, dass die Zahl der Verbraucher, die zu Produkten in nachhaltigen Verpackungen greifen, eher noch zunehmen sollte.

Zum Abschluss: Wie wichtig ist der Handel, wenn es um Verpackung geht?

Helbig: Der Handel ist der wichtigste Akteur in der Supply Chain auch bei Entscheidungen rund um die Verpackung. Diese Position übt er in seiner Kommunikation mit den Markenartiklern und den Herstellern seiner Eigenmarken aus. **Bittermann:** Ich teile die Meinung von Herrn Helbig mit dem Zusatz, dass jeder Teil der Supply Chain zur Nachhaltigkeit beitragen muss. Der wichtigste Entscheider ist derjenige, der alles bezahlt, der Konsument. Wäre das Umweltbewusstsein der Konsumenten nicht massiv mit dem Wissen um das Klima gestiegen, dann hätte sich im Regal nichts geändert und nachhaltig verpackte Lebensmittel würden nicht bevorzugt gekauft werden - wie es jetzt und in Zukunft der Fall sein wird.

Karton ist die Verpackung der Zukunft



Fotos: Getty Images

Faltschachteln können zur Verpackung einer breiten Palette von Produkten verwendet werden. Sie werden aus einem wiederverwendbaren Rohstoff hergestellt und sind leicht recycelbar. Die Fasern, aus denen Karton besteht, können mehr als 25 Mal recycelt werden. Faltschachteln sind am Ende ihres Lebenszyklus kompostierbar. Daten und Fakten (Quellen CEPI und Eurostat) belegen die Nachhaltigkeit dieser Verpackungslösung.



Der spezifische Verbrauch von elektrischer Energie ist im Zeitraum von 1990 bis 2020 um



Das CO₂, das durch die in Europa verwendeten Kartonverpackungen erzeugt wird, entspricht nur 3,14 kg CO₂ pro Kopf der Bevölkerung im Jahr

Zum Vergleich: Diese CO₂-Emission entsteht bei einer Autofahrt mit einem durchschnittlichen Mittelklassewagen bei weniger als 40 km Fahrtstrecke



Energieeffizient: Der spezifische Primärenergieverbrauch ist zwischen 1990–2020 um



Die Zellstoff- und Papierindustrie nutzt



Bioenergie in der Herstellung Produktion



der europäischen Verbraucher würden Verpackungen aus Karton gegenüber Kunststoffen bevorzugen, zeigte eine Studie von Pro Carton

Der europäische Wald ist nachhaltig bewirtschaftet

Die europäischen Wälder sind eine nachhaltige Quelle für die erforderlichen Fasern in der Kartonherstellung. 82 Prozent der Rohstoffe kommen aus nachhaltig bewirtschaftenden Wäldern in Europa. Die Fasern werden aus Schwachholz erzeugt und binden Kohlenstoff.



Nachhaltige Aufforstung: Jedes Jahr wächst mehr Wald nach als geerntet wird.

>> Die Kartonhersteller in Europa setzen Rohstoffe, Energie und Wasser so effizient wie möglich ein. Zur Produktion des Kartons werden alle Teile des Baumes verwendet. Das Rundholz geht an Sägewerke und aus Ästen, Baumkronen sowie Rinde, dem so genannten Schwachholz, entsteht Zellstoff für die Papiererzeugung. So wenig wie möglich geht von den Rohstoffen aus dem Wald verloren. Etwa 90 Prozent des Holzes, das für die Erzeugung von Zellstoff in Europa gebraucht wird, kommt aus EU Forsten, der Rest aus anderen europäischen Ländern. Auf Basis des Krieges in der Ukraine hat sich der Anteil aus EU-Forsten wei-

ter erhöht. Tropisches Holz aus dem Regenwald kommt nicht zum Einsatz. Über 60 Prozent der Primärenergie, die in der europäischen Papier- und Kartonindustrie zum Einsatz kommt, stammt aus Biomasse, wobei aus den Nebenprodukten des Holzes erneuerbare Energie in Form von Elektrizität und Dampf für den Herstellungsprozess gewonnen wird. Die faserbasierte Industrie ist der größte Produzent und Verbraucher von Energie aus Biomasse in der EU mit einem Anteil von rund 25 Prozent an der Gesamtmenge. Damit vermeiden die Kartonhersteller den Einsatz nicht erneuerbarer, fossiler

62

Prozent des Primärenergieverbrauchs der europäischen Zellstoffindustrie wird aus Biomasse gewonnen.

Energiequellen wie Öl, Kohle oder Gas. Bedeutend ist auch der CO₂-Kreislauf vom Baum zur Faltschachtel: Die nachhaltige Forstwirtschaft erhält und erhöht die gespeicherte CO₂-Menge, weil Bäume Kohlendioxid absorbieren und speichern. Letztlich bleibt das klimaschädliche Gas so auch in den Holzfasern der Kartonprodukte gebunden, die für Konsumgüter im Gebrauch sind. Recycelte Faltschachteln verlängern diese Zeit sogar, in der CO₂ in den Faserverpackungen gespeichert bleibt.

WALD ALS KOHLENDIOXIDSPEICHER

Nachhaltige Waldwirtschaft bedeutet heute weit mehr als nur die Sicherstellung der Holzmengen. Sie definiert sich als die Betreuung und Nutzung von Wäldern und Waldflächen auf eine Weise und in einem Ausmaß, welche deren biologische Vielfalt, Produktivität, Regenerationsfähigkeit und Vitalität erhält und ihre Fähigkeit, gegenwärtig und in Zukunft wichtige ökologische, wirtschaftliche und soziale Funktionen auf lokaler, nationaler und globaler Ebene zu erfüllen, gewährleistet, ohne dass dies zu Schäden an anderen Ökosystemen führt. Die europäischen Wälder, die von der Papier- und Kartonindustrie genutzt werden, sind nachhaltig. Jedes Jahr wächst mehr Holz nach als geerntet wird – dieser Zuwachs entspricht einer Fläche von 1,5 Millionen Fußballfeldern jeden Tag. Die Wälder bieten Lebensraum für zahllose Pflanzen- und Tierarten. Karton- und Faltschachtelindustrie sind Teil einer nachhaltigen Waldbewirtschaftung: Der Forst spielt eine wichtige Rolle bei der Milderung des Klimawandels. Wälder sind eine nachwachsende Rohmaterialquelle, die Verwendung von erneuerbarem Material aus dem Wald ist Teil des natürlichen Kreislaufs. Während ihres Wachstums nehmen die Bäume Kohlendioxid auf, zudem wird es durch Wurzeln und Strünke im Boden gehalten.

Foto: Getty Images

Karton ist eigentlich unendlich oft recycelbar

Rekordverdächtig: Die Rezyklierbarkeit von Kartonfasern ist deutlich besser als gedacht und liegt bei über 25 Recyclingumläufen. Damit ist die Faltschachtel laut TU Graz eine sehr nachhaltige Verpackungslösung.

>> **Kartonfasern** aus Papier, Pappe, Karton und Faltschachteln können über 25 Mal recycelt werden, ohne dass es zu einem Verlust der Integrität kommt, lautet das Ergebnis einer unabhängigen Studie der Technischen Universität Graz. In der von der TU Graz durchgeführten Untersuchung aus dem Jahr 2021 wurde wiederholt recycelter Faltschachtelkarton untersucht, um herauszufinden, ob und welche Auswirkungen es auf die mechanischen Eigenschaften des Materials, einschließlich seiner Festigkeit und Druckbeständigkeit, gibt. Das Resultat: Es konnte kein negativer Einfluss auf die fraglichen mechanischen Eigenschaften nachgewiesen werden. Auch die Quellfähigkeit der Faser zeigte keinen negativen Trend. Rene Eckhart, Senior Scientist an der TU Graz, leitete die Studie. Die Grenze, wie oft Papier, Karton und Pappe recycelt werden können, hänge von der Stoffaufbereitung und den erreichten Sammel- und Recyclingquoten ab, bilanzierte der Wissenschaftler.

ÖKOLOGISCHER MEHRWERT KOMMT AN Rund 40 Prozent aller in Europa auf den Markt gebrachten Verpackungen basieren inzwischen auf Fasern. Faserbasierte Verpackungen werden inzwischen für Teigwaren, Schokoladen sowie Kaffee oder Wurst verwendet. Die Verbraucher schätzen den ökologischen Mehrwert. Als Vorteile werden dabei vom Konsumenten der Gebrauch erneuer-

Foto: Getty Images



Hier passt das Siegel wie die Faust aufs Auge: Kartonfasern können mindestens 25 mal recycelt werden.

barer, natürlicher Fasern angesehen, die aus nachwachsenden Rohstoffen aus nachhaltiger Forstwirtschaft gewonnen werden und nach der Verwendung wieder aus dem Abfallstrom zurückgewonnen werden können. Zudem zahlen die faserbasierten Verpackungen direkt auf den Wert der Marke ein, da die Nachhaltigkeit der Verpackung direkt auf die Marke abstrahlt. Die Vielfalt der faserhaltigen Verpackungen auf dem Markt nimmt weiterhin zu. Der Handel setzt bei seinen Eigenmarken ebenso auf Verpackungen aus nachwachsenden

Rohstoffen wie die Markenartikelindustrie. Seit annähernd einem Jahr ist Winfried Mühling General Manager bei Pro Carton, dem europäischen Verband der Karton- und Faltschachtelhersteller. Er sagt: „Die Faltschachtel wird auch nach der Pandemie ein verlässlicher Partner für Markenartikler, den Handel und die Verbraucher sein. Hier spielt die vertraute Recyclingfähigkeit bei allen Beteiligten eine besonders große Rolle“. Mühling weiß, je häufiger eine Verpackung recycelt werden kann, umso positiver fällt ihre Auswirkung auf die Umwelt aus. Deshalb betont der General Manager: „Die Ergebnisse ziehen einen Schlusstrich unter den Mythos, dass Verpackungen aus Fasern nur vier bis sieben Mal recycelt werden können, bevor sie ihre Integrität verlieren. Sie zeigen, dass Papier- und Kartonfasern viel haltbarer sind als bisher angenommen“.

KARTON IST KREISLAUFWIRTSCHAFT

Das Ziel der Karton- und Faltschachtelhersteller ist formuliert: Bis 2030 soll die Gesamtrecyclingrate für faserhaltige Verpackungen in Europa auf 90 Prozent wachsen. Derzeit liegt sie bereits bei 82 Prozent. „Um unser Kreislaufgeschäftsmodell aufrechtzuerhalten, werden wir stets einen gesunden Mix aus Frischfasern und Altpapier benötigen“, so Mühling. Die Produkthanforderungen der Kunden haben eine hohe Bandbreite und sind speziell: Bei Verpackungen für den direkten Lebensmittelkontakt mit feuchten oder fettigen Lebensmitteln wie Schokolade werden zum Beispiel immer auch Frischfasern benötigt. Für die Kartonhersteller ist es deshalb von entscheidender Wichtigkeit, alle auf dem Markt befindlichen Fasermaterialien zu sammeln, zu sortieren und zu recyceln. Frischfasern und wiedergewonnene Fasern sind bei faserbasierten Verpackungen von großer Bedeutung: Mindestens 25 Mal können sie ganz im Sinne der Nachhaltigkeit im Kreis laufen.

Gestapelte Köstlichkeiten

Kempinski Étagère

Mit der Étagère aus Karton statt Plastik für die Gastronomie lassen sich mehrere kleine Gerichte platzsparend übereinander stapeln. Die Étagère verfügt über einen Griff an der Oberseite, der den Transport erleichtert. Das Design ermöglicht es, Speisen elegant, stilvoll und nachhaltig zu präsentieren! Die auf das Wesentliche reduzierte Präsentationsfunktion entspricht der Qualität und dem Image des Produkts.

Official Name of Entry • Kempinski Étagère / **Entrant** • Rattpack / **Carton Manufacturer** • Sappi / **Brand Owner** • Kempinski Vienna / **Structural Designer** • Rattpack / **Graphic Designer** • Kempinski



Überraschender Advent

Adventskalender Maison du Chocolat

Durch seine besondere Form und Gestaltung ist dieser Adventskalender ein Kunstwerk für sich. Die Heißfolie setzt schöne Akzente und lässt die Kugel glitzern, was sie sehr attraktiv macht. Jeder Tag im Dezember hält eine eigene Überraschung bereit, illustriert mit der leuchtenden Welt der Papierkünstlerin Giselle Balosso-Bardin. Der Kalender ist mit einem Band versehen, mit dem er als Weihnachtsdekoration aufgehängt werden kann. Das Befüllen des Kalenders mit Schokolade und das Öffnen des Kalenders durch den Verbraucher sind gleichermaßen einfach. Die kleinen Fächer lassen sich öffnen und schließen, ohne dass die Verpackung beschädigt wird.

Official Name of Entry • Maison du Chocolat / **Entrant** • Ducaju / **Carton Manufacturer** • Ducaju / **Brand Owner** • La maison du Chocolat / **Structural Designer** • La maison du Chocolat / **Graphic Designer** • Giselle Balosso-Bardin / **Cartonboard Manufacturer** • BillerudKorsnäs



Glänzende Werte

Dr. Grandel Pop-Art

Diese Schachteln für Spitzenkosmetik werden aus FSC-zertifiziertem Karton hergestellt und sind vollständig CO₂-kompensiert. Die glänzenden Reliefs und die Metalleffekte des Logos wurden durch digitale Veredelung erreicht; der Verarbeiter verzichtete auf eine Heißfolienprägung oder einen separaten Lack. Die Schachteln bieten eine große Fläche für das kreative Pop-Art-Design und verfügen über einen Scharnierdeckel an der Außenseite, der beim Öffnen eine tolle Präsentation der Produkte ermöglicht, sowie einen sicheren Verschluss durch eine Verriegelungslasche mit akustischem „Klick“.

Official Name of Entry • Dr. Grandel Pop-Art / **Entrant** • Edelman Group / **Carton Manufacturer** • Edelman Group / **Brand Owner** • Dr. Grandel / **Structural Designer** • Edelman Group / **Graphic Designer** • Dr. Grandel / **Cartonboard Manufacturer** • Stora Enso



Revolutionäre Anziehungskraft

General/Snack Tomatoes

Ein Meisterwerk an elementarem und nachhaltigem Design, mit einem perfekten Gleichgewicht zwischen der Maximierung der Sichtbarkeit des Produkts und der Beibehaltung der Steifigkeit. Für die Verpackung wurde reiner Karton gewählt, ein nachhaltiges Gegenstück zu den bekannten Kunststoffgeheimern. Die Faltschachtel ist aus lebensmittel-echten, erneuerbaren Frischfasern hergestellt, hat eine glatte weiße Oberfläche und eine ungebleichte Innenseite, die absolute Umweltfreundlichkeit vermittelt. Sie ist auch nach mehrmaligem Gebrauch mit einem „Klick“ leicht wiederverschließbar.

Official Name of Entry • General/Snack Tomatoes / **Entrant** • Rutgers Printing & Packaging Solutions / **Carton Manufacturer** • Rutgers Printing & Packaging Solutions / **Brand Owner** • Greenco Support B.V. / **Structural Designer** • Rutgers Printing & Packaging Solutions / **Graphic Designer** • Rutgers Printing & Packaging Solutions / **Cartonboard Manufacturer** • Stora Enso



„Karton in seiner schönsten Form“

>> Der European Carton Excellence Award prämiert die besten Verpackungslösungen und zeigt, dass es schier keine Grenzen für nachhaltige Faltschachteln gibt.

Karton ist das Musterbeispiel einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft, vor allem in Deutschland – aus Karton wird wieder Karton. Das ökologischste Verpackungsmaterial basiert auf nachwachsen-

den Rohstoffen, ist biologisch abbaubar, perfekt recycelbar und einfach schön. Daher kaufen Konsumenten am liebsten Produkte in Karton verpackt, auch weil sie wissen, er gehört in die blaue Tonne und wird damit wieder zum wertvollen Rohstoff.

Hier finden Sie einige ausgewählte Lebensmittelverpackungen von der Shortlist des laufenden Awards, die



Der bedeutendste Wettbewerb der Branche.

eine Vielfalt von Einsatzmöglichkeiten zeigt. Die Preise wurden am 15. September 2022 bei einer glanzvollen Award Gala des ECMA-Kongresses im polnischen Krakau überreicht. Alle Preisträger werden auch auf der FachPack vom 27. bis 29. September 2022 in Nürnberg vorgestellt – zu sehen auf dem FFI- und Pro Carton-Messeauftritt in Halle 9 auf dem Stand 9-34.

Natürliche Sicherheit

Fanton Power strip Relife

Relife ist die neue umweltverträgliche Serie von Mehrfachsteckdosen „Made in Italy“, die aus zertifiziertem recyceltem Kunststoff hergestellt werden. Die Verpackung unterstreicht dieses Konzept, indem sie die klassische Plastikverpackung ersetzt und recycelten Karton verwendet. Sie ist mit einem Tamper Evident System ausgestattet und das Gehäuse ist für den industriellen Prozess optimiert. Sie hat keine Auskleidung oder Beschichtung, was die Nachhaltigkeit des Inhalts voll zur Geltung bringt: Ein völlig neues Monomaterial-Kistenkonzept.

Official Name of Entry • Fanton Power strip Relife / **Entrant** • Lucaprint / **Carton Manufacturer** • Lucaprint / **Brand Owner** • Fanton / **Structural Designer** • Lucaprint / **Cartonboard Manufacturer** • RDM Group

FACHPACK 2022 >

> LEITTHEMA 2022



TRANSITION
IN PACKAGING >

AUF DIESE PROGRAMM-HIGHLIGHTS
DÜRFEN SIE SICH FREUEN:

- > FORUM PACKBOX
- > FORUM TECHBOX
- > FORUM INNOVATIONBOX

SOWIE VIELE WEITERE HIGHLIGHTS.

DIE DIGITALE ERWEITERUNG:

myFACHPACK >

- > MATCHMAKING
- > WISSENSTRANSFER
- > AUSSTELLER- UND
PRODUKTPRÄSENTATIONEN

Blieben Sie auf dem Laufenden:

- > FACHPACK.DE

**GEMEINSAM
VERPACKUNGSKONZEPTE
VON MORGEN DENKEN >
27.-29.9.2022**

EUROPÄISCHE FACHMESSE
FÜR VERPACKUNG, TECHNIK UND PROZESSE

NÜRNBERG MESSE