

Plädoyer für mehr Standbeine beim Abfallmanagement

Verpackungsrecycling allein kann Nachhaltigkeitsziele nicht erreichen – Mehrfach nutzbare, essbare und biologisch abbaubare Verpackungen als Ergänzung / Von Andreas Milk

Die Menge des Verpackungsabfalls nimmt stetig zu. Dies legt eine breitere Debatte über Konsumgewohnheiten und das Konsumniveau nahe. Zudem sollte das Recycling als kreislaufwirtschaftlicher „Plan A“ verstärkt durch Konzepte zur Eindämmung der Abfallmenge begleitet werden.

Die von Industrieverbänden initiierte Studie der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung (Iz 24-22) veranschaulicht das Problem: Obwohl der Materialeinsatz pro Verpackung verringert wurde, wächst das Gesamtaufkommen weiter. Immer mehr Tonnage durch Struktur- und Konsumeffekte vergrößert die Herausforderung im End-of-Life-Szenario und damit für die Intensivierung der Kreislaufwirtschaft.

Dieser Rebound-Effekt löst auch Debatten über Konsumverzicht und die Grenzen des Wachstums aus. Damit hat eine neue Phase der Nachhaltigkeitsdiskussion begonnen. Viele Verantwortliche und Entscheider in der Wirtschaft sahen sich aufgefordert, daran teilzunehmen und tun dies auch.

Die Wahrheit trauten sich bisher nur wenige auszusprechen: Effizienzgewinne allein werden nicht ausreichen, wenn ambitionierte Nachhaltigkeitsziele erreicht werden sollen. So sind die Möglichkeiten, im Verpackungsbereich Material und damit Ressourcen zu sparen, bereits begrenzt. Daher sind Verpackungsdesigner aufgerufen, mit innovativen Lösungen dem Konsumentenbedürfnis nach nachhaltigeren Verpackungen entgegenzukommen.

Der Königsweg in der Abfallmanagement-Hierarchie sieht vor, Verpackungsmüll wo immer möglich zu vermeiden. Dabei werden auch „Zero Waste“-Strategien diskutiert. Ein Beispiel ist das von Milk-Food präsentierte Produktkonzept „Soupa Soup“. Dabei wurde eine selbstentwickelte Convenience-Suppe mit einer algenbasierten Folie des britischen Spezialisten Notpla umhüllt. Die Suppenzutaten werden nicht ausgepackt, sondern samt Kunststoff-Folie in heißes Wasser gegeben, worin die Folie sich auflöst. Das biobasierte Material kann bedenkenlos mitverzehrt werden. Aktuell hat das Produktkonzept noch Prototyp-Status. Um zur Marktreife zu gelangen,



Null Abfall: Die aus algenbasiertem Material gefertigte transparente Primärverpackungs-Folie (l.) löst sich in kochendem Wasser auf und kann mitverzehrt werden.



FOTOS: M.I.L.K.

Weniger als die Hälfte wird recycelt Behandlung von Kunststoff-Abfällen 2020*, Angaben in Prozent

	Recycling	Verbrennung	Deponie	Menge in 1.000 Tonnen
Verpackungen (gesamt)	46	37	17	17.946
Verpackungen gewerblich	47	32	21	6.549
Verpackungen Haushalt	45	40	15	11.396
Nichtverpackungen	18	67	15	11.589

*Basis: EU 27 +3
LZ GRAFIK; QUELLE: PLASTICS EUROPE

STANDPUNKT.



Andreas Milk ist Geschäftsführer der Verpackungsdesign-Agentur M.I.L.K. Er sieht seine Branche aufgerufen, das Abfallaufkommen kreativ zu begrenzen.

bedarf es noch des Vertrauens der Wirtschaft.

Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft steht – aus guten Gründen – Recycling im Fokus. Milk-Food berät große FMCG-Hersteller über „Design for Recycling“-Lösungen, die in großer Zahl speziell in Kunststoffverpackungen umgesetzt werden. Kunststoffe sind zum Schutz vieler Lebensmittel unentbehrlich, können aber als Wertstoffe noch nicht ausreichend im Kreislauf gehalten werden.

2020 wurden in Deutschland etwa 60 Prozent des Kunststoffes im Gelben Sack recycelt. Das ist international ein Spitzenwert, gleichwohl aber noch stark ausbaufähig. Weltweit jedoch werden Experten zufolge Kunststoffe allenfalls mit prozentual einstelligen

Quoten im niedrigen bis mittleren Bereich recycelt.

Bei Food-Verpackungen kommt hinzu, dass – PET aus bepfandeten Einweg-Getränkeflaschen ausgenommen – Post-Consumer-Rezyklate aus Sicherheits- und Hygienegründen nicht in Direktkontakt mit dem Füllgut kommen dürfen. Auch in Deutschland wird aus der Hackfleischverpackung noch keine neue Hackfleischverpackung. Somit ist „Design for Downcycling“ die Regel, und dies ist ein großes Ärgernis.

Zusätzliche Strategien als Ergänzung zum Recycling sollten daher parallel weiterverfolgt werden, um mehrere Asse in der Hand zu haben. Milk-Food begleitet ambitionierte Food-Startups, die auf „Re-Use“-Konzepte setzen. Im Fokus stehen online vertriebene Lebensmittel in hochwertigen Primärverpackungen, die nach dem Entleeren aus maximal recyclingfähigen Nachfüll-Packs erneut befüllt werden. Re-Use ist – nach Vermeidung und Reduktion – der eleganteste Pfad neben der Haupttroute Recycling.

Gleichwohl ist es sinnvoll, einen weiteren Weg auszuloten: Biologisch basierte Verpackungen, die sich auch biologisch abbauen lassen. Dies ist keine Kapitulation vor der Kreislaufwirtschaft, sondern eine ergänzende Option. Sie wird sich überall dort durchsetzen, wo konventionelles Recycling auch auf Jahre hinaus nicht etabliert werden kann. In unserem „Future Food

Trend Radar“ zeichnen wir ein Zukunftsbild, in dem industrielle Kompostierung und sogar Heimkompostierung von Bio-Kunststoffen schon bald Wirklichkeit werden (müssen).

Ähnlich wie beim Beispiel „Soupa Soup“ braucht es hier Vertrauen seitens der Wirtschaft – und damit Investitionen in Lösungen. Diese werden fragmentierter und limitierter sein als günstige und massenhaft verfügbare Standardverpackungen aus erdölbasierten Kunststoffen. Einzelne Unternehmen können sich Wettbewerbsvorteile verschaffen, in dem sie in exklusive Lösungen investieren, diese durch gutes Verpackungsdesign kommunizieren und so Wert innerhalb der angesprochenen Wachstumsgrenzen schaffen.

Es ist notwendig, neben Recycling als „Plan A“ auch „Re-Use“-Konzepte sowie den biologischen Kreislauf als „Plan B“ ins Auge zu fassen, um die Verpackung und von Lebensmitteln neo-ökologisch neu zu denken. Dabei gilt ein „sowohl als auch“ und kein „entweder oder“. Alle beschriebenen Konzepte werden koexistieren, wobei der Fokus in Deutschland und der EU klar auf dem Recycling liegt. Global betrachtet müssen dazu alternative Konzepte in Schwellen- und Entwicklungsländern mangels Recycling-Infrastruktur sogar priorisiert werden. Perspektiven und Optionen zeigt das von Milk-Food erstellte Glossar für Verpackungslösungen der Zukunft auf. Iz 38-22