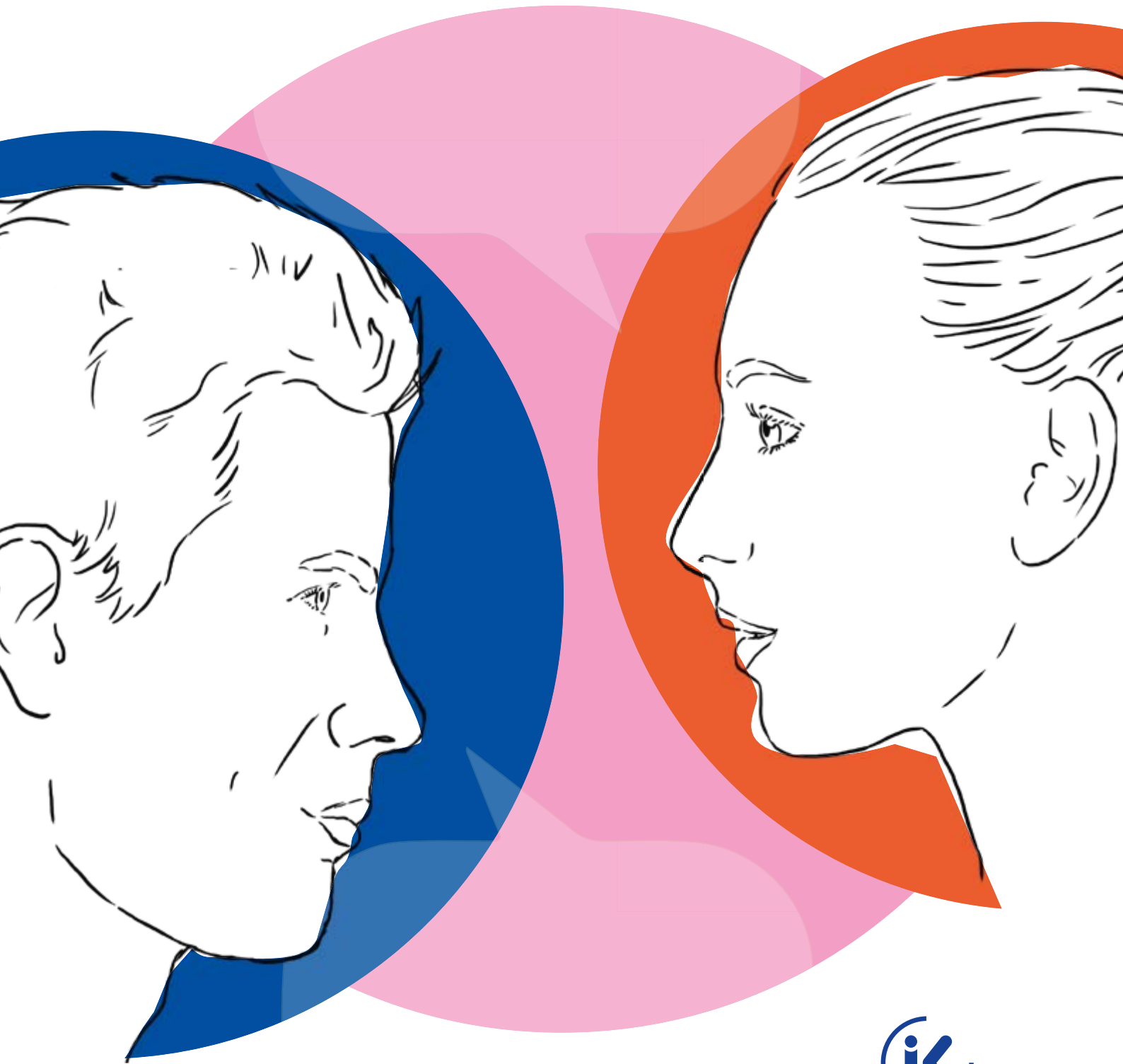


IM DIALOG

Die Interviewreihe rund um Kunststoff, Recycling, Klima- und Umweltschutz



Ausgabe 2024



IK Industrievereinigung
Kunststoffverpackungen e.V.

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

Kommunikation ist so viel mehr als nur der Austausch von Informationen – man könnte sagen, sie ist ein Beziehungs-Instrument. Mit ihr lässt sich Vertrauen aufbauen, Transparenz schaffen und Wahrnehmung maßgeblich prägen. Darin liegt auch ihre Verantwortung. Gute Kommunikation ermutigt zum offenen Dialog. Es geht also nicht nur um das Senden, sondern vor allem auch um das Empfangen, das Zuhören. Nur so lassen sich Missverständnisse vermeiden und Vorurteile auflösen.

Widerspruch macht uns produktiv

Unterschiedliche Sichtweisen führen dabei zu neuen Ideen und Ansätzen. „Das Gleiche lässt uns in Ruhe, aber der Widerspruch ist es, der uns produktiv macht“, so hat Goethe einmal die Bedeutung von Vielfalt und Widerspruch für kreative Prozesse beschrieben. Das würde ich genauso unterschreiben.

Für die Kunststoffverpackungsindustrie, die sich häufig in der Kritik befindet, ist eine offene und vielfältige Kommunikation von entscheidender Bedeutung. Durch unsere

Kommunikationsmaßnahmen möchten wir den Dialog mit den verschiedenen Interessensgruppen aktiv gestalten, Erkenntnisse gewinnen aber auch ein ausgewogenes Bild unserer Branche vermitteln. Das tun wir, indem wir Probleme nicht ignorieren, Fortschritte benennen und stolz auf unsere Lösungen sind.

Kommunikation ist auch ein Versprechen

Der Einklang von Wort und Tat steht im Sinne der Glaubwürdigkeit außer Frage. Denn Kommunikation ist oft auch ein Versprechen, das in gelebten Werten, erzielten Meilensteinen und verlässlichen Netzwerken täglich aufs Neue erfüllt werden will. An diesem Anspruch müssen wir uns auch als Verband und Industrie messen lassen.

Ich wünsche also nicht nur eine erkenntnisreiche und unterhaltsame Lektüre, sondern freue mich über Ihre Rückmeldung!

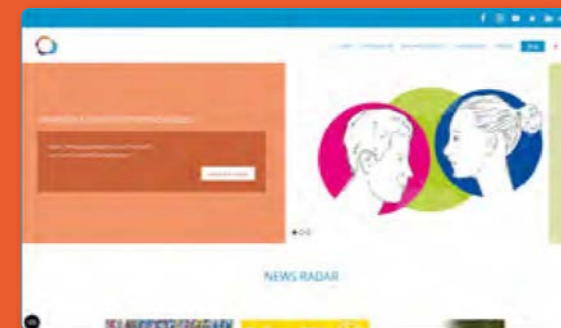
Mara Hancker

Geschäftsführerin Kommunikation
Industrievereinigung
Kunststoffverpackungen e. V.



In unserem Portal finden Verbraucherinnen und Verbraucher regelmäßig neue Infos rund um Lebensmittelschutz, Hygiene, sinnvolle Verpackung und den richtigen Umgang mit Abfall.

Außerdem gibt es Hintergrundgeschichten zu Verpackung und Gesundheit oder den wichtigen Themen Umwelt-, Klima- und Gewässerschutz.



INHALT

„In der Kunststoffindustrie kann man selbst die Veränderung sein, statt sie nur von anderen einzufordern“



Jonathan Kort,
Storopack

Seite 6

„Um Dinge zu ändern, muss es Frontrunner geben“



Heike Vesper,
WWF

Seite 8

Warum Dialog?

Seite 10



„Im Kunststoffrecycling kann man viel bewirken“



Marvin Pfeiffer,
Sinox Polymers

Seite 12

Erwartungen an die Politik

Seite 14

„Das haben wir schon immer so gemacht‘ funktioniert in der heutigen Zeit nicht mehr“

Eva-Maria Walter,
Etimex

Seite 16



„Wir brauchen Innovationsoffenheit ohne Scheuklappen“

Gabriele Hässig,
P&G

Seite 18



Status / Ziele 2025

2025 naht – ein Überblick zum Fortschritt der Branchen-Nachhaltigkeitsziele

Seite 20

„Wir brauchen eine Investitionsoffensive, Bürokratieabbau, Steuerreformen und einen zügigen Ausbau der erneuerbaren Energien“

Prof. Dr. Michael Hüther,
IW

Seite 21



„Beim Anblick des Einwegverpackungsabfalls dachten wir uns: Das muss doch anders gehen!“

Eva-Maria Kappelhoff,
Mealgood

Seite 22



„Beim Thema Nachhaltigkeit ist bei weitem nicht alles so schwarz und weiß, wie es gerne dargestellt wird“

Dr. Thomas Gröner,
TG PACK SOLUTIONS

Seite 24



„Der Werkstoff Kunststoff bietet unzählige Lösungsmöglichkeiten“

Heinz-Henning Seute,
LH-Plastics GmbH

Seite 26



Der Newsroom – das Verbraucherportal

Seite 28



„Als Chemikerin empört mich die fehlerhafte Medienberichterstattung über Kunststoffverpackungen“

Dr. Fang Luan,
IK Industrievereinigung
Kunststoffverpackungen e.V.

Seite 30



„Ich möchte nicht Teil des Problems Kunststoff, sondern Teil der Lösung sein“

Jana Klabunde,
Cofresco

Seite 32



Erwartungen in puncto Kreislaufwirtschaft

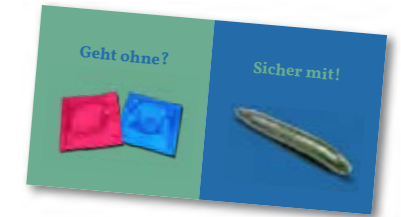
Seite 34

Erwartungen an die Kunststoffindustrie

Seite 35

Wozu greifst du?

Seite 36



„Die Zeit ist vorbei, in der einer auf den anderen zeigt“

Tom Ohlendorf,
WWF

Seite 38



„Es kann nicht genug motivierte und innovative Köpfe geben“

Lea Körber,
BellandVision

Seite 40



Dein Kunststoff

Seite 42



Impressum

Seite 44

**Jonathan Kort,
Storopack**



In der Kunststoffindustrie kann man selbst die Veränderung sein, statt sie nur von anderen einzufordern

Jonathan Kort arbeitet bei Storopack, einem Familienunternehmen für Schutzverpackungen. Dort ist der 27-Jährige im Produktmanagement für Luftpolster (AIRplus) sowie Verpackungschips (Loose Fill) tätig. Dass Jonathan Kort heute in der Kunststoffbranche tätig ist, war dabei ein glücklicher Zufall.

Allrounder im Produktmanagement

Dass Jonathan Kort einmal in der Kunststoffbranche arbeiten würde, war nicht vorherbestimmt: Nach dem Abitur leistete er zunächst ein freiwilliges Ökologisches Jahr sowie freiwilligen Wehrdienst. Schon immer interessiert an wirtschaftlichen und politischen Themen, folgte anschließend ein Bachelorstudium im Bereich Volkswirt-

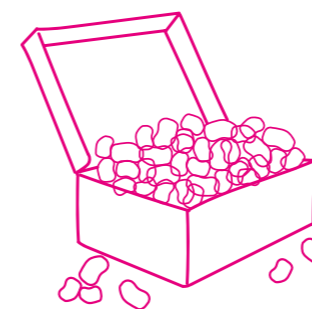
schaftslehre. Im Praxissemester kam er zum ersten Mal mit Produktmanagement in Kontakt. Nach dem Studium folgte der direkte Berufseinstieg bei Storopack, wo er seit zwei Jahren tätig ist. „Für Storopack habe ich mich aus zwei Gründen entschieden: Weil es ein Familienunternehmen ist, bei dem der Mensch an erster Stelle steht. Und weil ich hier aktiv Teil der Veränderung sein kann. Man ist nicht nur ein Rädchen unter Tausenden, sondern hier kann

man etwas bewegen und damit eine positive Auswirkung auf die Umwelt haben“, beschreibt Kort. Die Kunststoffindustrie ist jedoch keineswegs nur ein Zwischenstopp für ihn: „Ich möchte noch viele Erfahrungen sammeln, was bei Storopack sehr gut möglich ist – in einem familiären Umfeld, mit tollen Kolleginnen und Kollegen und abwechslungsreichen Aufgaben“, so Kort weiter.

Gemeinsam mit seinem Team managt er die beiden Produktreihen „AIRplus“ und „Loose Fill“ weltweit. Dabei ist er von der Idee eines neuen Produkts über die Entwicklung, Marketing und Vertrieb bis hin zum Phase-out bzw. Marktausstieg eingebunden. „Im Fokus steht für uns der Kunde mit seinen Anforderungen, sowie der nachhaltige Erfolg unserer Produktreihen. Das ist manchmal herausfordernd, weil weltweit viele verschiedene Kulturen und ihre Anforderungen aufeinandertreffen. Aber gerade das macht meine Aufgaben so interessant und vielfältig“, erzählt Kort begeistert.

Herr Kort, was begeistert Sie an Kunststoffen?

Ihre Vielfältigkeit, denn mit Kunststoffen ist nahezu alles möglich. Auch finde ich spannend, dass es auch nach so vielen Jahren, in denen wir Kunststoffe bereits nutzen, immer wieder neue Entdeckungen und neue Einsatzmöglichkeiten gibt. Zum Beispiel bei biobasierten Kunststoffen: Es finden sich immer wieder neue Wege, diese aus Bio-Abfall herzustellen statt aus Nutzpflanzen. Damit stehen sie nicht mehr in Konkurrenz zu Lebensmitteln oder müssen importiert werden, wodurch sich auch ihr ökologischer Fußabdruck deutlich verbessert.



Was macht die Kunststoffbranche für Nachwuchskräfte interessant?

Durch die vielfältigen Anwendungen von Kunststoffen gibt es ein genauso vielfältiges Berufsangebot für Nachwuchskräfte, ob Familienunter-

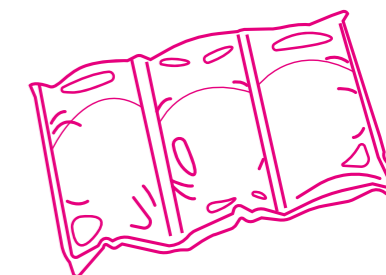
nehmen oder die größten Unternehmen Deutschlands, Entwicklung oder Vertrieb. Die Branche hat Zukunft: Wir können heute nicht mehr auf Kunststoffe verzichten. Im Gegenteil, ihr Anwendungsbereich wird immer größer. Statt Veränderungen und Lösungen immer nur von anderen zu erwarten, kann man in der Kunststoffbranche selbst die Veränderung sein. Sie mitzugestalten und direkt zu beeinflussen sollte immer das Ziel sein.

Was bedeutet Innovation und Transformation für Sie im Kontext von Kunststoffen und Kunststoffverpackungen?

Nachhaltigkeit ist eng mit Innovation sowie Fortschritt und damit unweigerlich mit Jonathan Korts Arbeit verbunden. Die Produkte, für die er zuständig ist, gehören bereits zu den Vorreitern in Sachen Nachhaltigkeit: Mit „AIRplus® 100% Recycled“ stellt Storopack als erstes Unternehmen Luftkissen ausschließlich aus recyceltem Kunststoff ohne Additive oder Zusätze her.

Auch die Verpackungschips bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Kunststoff. Sie haben darüber hinaus einen PCR-Anteil von circa 80 Prozent. Mit den ebenfalls nachhaltigen bio-basierten und kompostierbaren Verpackungschips aus Maisstärke stellt das Familienunternehmen seinen Kunden im Bereich Verpackungschips zwei verschiedene Optionen für mehr Nachhaltigkeit zu Wahl. Auf diese Weise unterstützt Storopack seine Kunden dabei, ihre

Produkte so nachhaltig und sicher wie nur möglich zu schützen. Wichtig ist dabei Individualität, denn eine Universallösung für alle Anwendungen gibt es nicht.



Wie unterstützen Sie einen bewussten Umgang mit Kunststoffen?

Im privaten Bereich versuche ich zum Beispiel bewusst, unnötige Extra-Verpackungen zu vermeiden und effiziente Verpackungen zu bevorzugen. Beruflich komme ich regelmäßig in Kontakt mit unseren Kunden. Diese haben oft ein falsches Halbwissen, was Kunststoffe angeht. Durch Erklärungen und Aufzeigen der Fakten kann ich hier jedoch viel zum Positiven verändern. Schwieriger ist es, die Endkunden zu erreichen. Zu ihnen haben wir leider keinen direkten Kontakt, obwohl die Aufklärung dringend notwendig wäre. (...)

Das Interview vom 15.11.2023 in voller Länge finden Sie hier:



Über „Die Kunststoffverbesserer“ Sie sind die aufstrebenden Talente in der Welt der Kunststoffverpackungen – jung, ambitioniert und mit Lust auf Transformation. Sie entwickeln neue Produkte, stehen für eine veränderte Unternehmenskultur und prägen die Branche maßgeblich, obwohl sie erst am Anfang ihrer Karriere stehen. Deshalb widmet die IK ihnen mit der Interview-Serie „Kunststoffverbesserer“ ein eigenes Format.

Heike Vesper,
WWF



Um Dinge zu ändern, muss es Frontrunner geben

Die Biologin Heike Vesper ist seit mehr als 20 Jahren beim WWF Deutschland tätig und mittlerweile als Vorständin für Transformation, Politik und Wirtschaft für die strategische Ausrichtung verantwortlich. Wir haben mit ihr darüber gesprochen, wie Politik, Industrie, Gesellschaft und NGOs gemeinsam die Transformation hin zu einer nachhaltigen Zukunft erreichen können.

Unser Konsum macht den größten Anteil der Treibhausgasemissionen pro Kopf aus. Warum fällt uns nachhaltiger Konsum oft so schwer und wie finden wir als Gesellschaft zugängliche Ansätze?

Der Großteil der Emissionen, die an Konsumgütern haften, entsteht durch die Produktionsweise von Gütern und Dienstleistungen und nicht durch Konsumentinnen und Konsumenten. Deshalb haben Verbraucherinnen und Verbraucher auch nur

bedingten Einfluss, diese Emissionen zu verändern.

Wir benötigen definitiv Rahmenbedingungen für Bereiche wie eigene Mobilität, unser Konsumverhalten im Lebensmittelbereich und das Wohnen, das für 70 bis 80 Prozent unseres individuellen Fußabdrucks im CO₂-Bereich verantwortlich ist. Der Veränderungsprozess ist eine gemeinschaftliche Aufgabe von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Verhaltensänderungen gehören zum Kompliziertesten, was man erreichen möchte. Wir benötigen auf jeden

Fall niedrigschwellige Angebote, damit es den Konsumentinnen und Konsumenten leichtfällt, etwas zu verändern.

Mit welchem Mechanismus sollte man an Verbraucherinnen und Verbraucher appellieren, damit sie ihr Verhalten ändern?

Es wäre fatal, alles auf die Schultern der Konsumentinnen und Konsumenten zu legen. Für Verbraucherinnen und Verbraucher muss es leicht sein, die bessere Alternative zu

HEIKE VESPER

ist diplomierte Biologin mit dem Schwerpunkt Meeresbiologie. Nach ihrem Studium an den Universitäten Bremen und Amsterdam hat sie ihre berufliche Laufbahn im Jahr 1999 beim WWF Deutschland begonnen. Seit 2000 leitete sie das Meeresschutzprogramm des WWF Deutschland, wo sie sich für den Schutz gefährdeter Meerestiere und die Reduzierung von Plastikverpackungen einsetzte. Seit 2023 ist sie Mitglied des Vorstandes des WWF Deutschland und verantwortlich für die Bereiche Politik und Wirtschaftstransformation.



wählen. Wenn man z.B. als Hersteller ein Versprechen gibt, muss man es auch erfüllen – das heißt, nachhaltige Produkte verfügbar machen. Wir brauchen die Politik, um einen vernünftigen Rahmen zu setzen, damit die Wirtschaft eine Ebene hat, auf der sie agieren kann. Nur so gibt es einen ehrlichen Wettbewerb, bei dem für alle die gleichen Regeln gelten.

Auch die Wirtschaft kann alleine Impulse setzen. Denn oftmals dauert es bis zu zehn Jahre, bis ein Gesetz durch alle Instanzen durch ist. Unternehmen und Branchen können hier viel schneller sein und aus eigener Verantwortung handeln. Um zukunftsfähig zu sein, können sie Dinge verändern und entsprechende Angebote machen. Trotzdem sollte man weiter an das Verantwortungsgefühl der Konsumenten und Konsumentinnen appellieren. Wenn wir 80 Prozent der Gesellschaft bewegen können, Dinge zu verändern, dann müssen wir uns keine Sorgen mehr machen.

An welchen Stellschrauben muss man hier ansetzen?

Für die Transformation brauchen wir einen tiefgreifenden Wandel unserer Lebens- und Wirtschaftsweise, weil wir vor der dreifachen Herausforderung stehen: Die Klima- Biodiversitäts- und die soziale Krise müssen

gemeinsam gelöst werden. Das ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, für Lösungsansätze brauchen wir Allianzen.

Oft erlauben uns Entwicklungen, an mehreren Enden gleichzeitig zu arbeiten. Das Plastikproblem ist ein gutes Beispiel: Dass Kunststoffverpackungen in der Umwelt landen, ist schon seit über 15 Jahren ein Problem. Es hat aber niemanden interessiert, auch wenn es schon länger Unternehmen und Branchen gab, die daran gearbeitet haben, Alternativen zu finden. Aber erst, seit es den öffentlichen Sturm gegeben hat, wurde das Problem als solches wahrgenommen und es wurde gehandelt.

Ich habe in meiner Zeit als Umweltschützerin noch nie erlebt, dass ein Gesetz auf EU-Ebene innerhalb von sechs Monaten verabschiedet wurde. Bei dem Gesetz zur Reduzierung des Plastikmülls ging das so schnell, weil die öffentliche Meinung dahin-



Der **World Wide Fund for Nature (WWF)** gehört zu den weltweit wichtigsten Umweltschutz-Organisationen. Dabei ist der WWF Deutschland selbständiger Teil der internationalen Naturschutzorganisation. Der WWF will die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben.

tergestanden hat. Die Politik hat die Dringlichkeit dann plötzlich erkannt. Um Dinge zu ändern, muss es zudem Frontrunner geben, die versuchen ein Problem trotz aller Hindernisse zu lösen – sie fangen meist klein an. Sobald Unternehmen erkennen, dass eine gesetzliche Regulierung kommen wird, gibt es in der Regel den größten Veränderungsschub. Sie warten dann nicht, bis das Gesetz da ist, sie fangen schon vorher an, beispielsweise ihre Produktion umzustellen. Das zieht dann auch den gesetzgeberischen Rahmen nach vorn.

Wir brauchen ein ganzes Orchester, um das Problem zu lösen. Dabei muss jeder in seiner geteilten Verantwortung darauf hinarbeiten.

Sie als NGO beschäftigen sich grundsätzlich mit den Fragen zu Nachhaltigkeit und Circular Economy. Welche Rolle können beide im Prozess einnehmen, um einen nachhaltigen Konsum von Verpackungsmaterial zu fördern?

Circular Economy ist der Schlüssel, um innerhalb der Grenzen eines Planeten zu leben und zu arbeiten. (...)

Das Interview vom 03.05.2023 in voller Länge finden Sie hier:



Warum DIALOG?



Unbequeme Meinungen dis- kutieren, Ziele fokussieren

Die Welt befindet sich in einem massiven Wandlungsprozess, der multiple Herausforderungen an Wirtschaft, Politik und Gesellschaft stellt. Der Klimawandel ist eine davon. Die IK ist sich ihrer Rolle in dieser Zeit des Umbruchs bewusst – und arbeitet unter Hochdruck daran, einen Beitrag zu einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft zu leisten und den Wandel konstruktiv zu begleiten. Das gelingt nur im Dialog mit allen Beteiligten, wie es das Vorwort dieser Ausgabe bereits eingeleitet hat. Doch wo liegen die Reibungspunkte genau? Und wie müssen diese Gespräche geführt werden, um einen vernünftigen Kompromiss zu formulieren, der der Sachebene dient?

Das Material Kunststoff spielt in dieser spannenden Phase des Wandels eine entscheidende Rolle: Als Werkstoff des 21. Jahrhunderts bietet er nachweislich Produkt-, Verbraucher- und Lebensmittelschutz, ist kreislauffähig und oftmals die klimafreundlichste Lösung. Die Branche trägt somit nachhaltig zu Wohlstand und Lebensqualität in der Bevölkerung bei. Aber, wie alle anderen Materialien auch, bringt Kunststoff nicht nur Vorteile mit sich. Die Branche ist sich dieser Tatsache bewusst – und arbeitet intensiv daran, ihre Produkte weiterzuentwickeln und neue Lösungen zu finden, die noch umwelt- und klimafreundlicher sind.



Verhärtete Fronten lösen

Nur teilen diese positive Perspektive nicht alle Bezugsgruppen. Einseitige Informationen, eine Vorab-Verurteilung von Kunststoff und über Jahre gelernte Vorurteile prägen den Diskurs. Damit aber das gemeinsame Ziel, einen lebenswerten Planeten für alle zu erhalten und zugleich gut zu leben, erreicht werden kann, braucht es einen konstruktiven Austausch. Dabei gilt es, Meinungen nicht nur auszuhalten, sondern unterschiedliche Sichtweisen zu teilen und diskutieren.

Im Gespräch Perspektiven wechseln

Genau das leistet die Interviewreihe „Im Dialog“. Sie bringt Menschen ins Gespräch, die eigentlich bereits an einem Strang ziehen, sich einsetzen für einen Wandel hin zu einer Gesellschaft, die Nachhaltigkeit lebt und den Bürgerinnen und Bürgern Produkte sicher verfügbar macht. Sie rückt aber auch die Menschen ins Rampenlicht, die Kunststoff weiterentwickeln, innovativ einsetzen und somit den Wert des Materials erlebbar machen. Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind nicht Schwarz oder Weiß, es gibt keine guten oder schlechten Materialien. Entscheidend ist viel mehr, diese flexibel und zielorientiert einzusetzen – und auch selbst beweglich zu bleiben. Das gilt für die Kunststoffverpackungsindustrie ebenso wie für den Handel, die Produktion, die Gesetzgebung aber auch für die Verbraucherinnen und Verbraucher.

Den Diskurs prägen

Statt andere über uns reden zu lassen, gestalten wir als IK selbst den Diskurs rund um Kunststoffverpackungen, Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit aktiv, transparent und offen mit allen relevanten Stakeholdern. Denn erst im Gespräch lassen sich komplexe Thematiken und Situationen in all ihren Facetten einschätzen und effektive Lösungen entwickeln. Und erst im Sparring werden wir Gehör finden und eine objektivere Einschätzung unserer Arbeit in der Politik sowie bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern gewinnen.

Marvin Pfeiffer,
Sinox Polymers



Im Kunststoffrecycling kann man viel bewirken

Marvin Pfeiffer ist gebürtiger Bremer und Gründer sowie CEO von Sinox Polymers, einer Beschaffungsplattform für recycelte PCR- und PIR-Kunststoffrecyclate (Regranulate, Mahlgüter und Agglomerate). Das Unternehmen bietet seinen meist mittelständischen und größeren Kunden ein breites Sortiment an konventionellen und zertifizierten recycelten Kunststoffen.

Durch Innovation ist vieles möglich

Mit Sinox Polymers möchte Marvin Pfeiffer dazu beitragen, eine funktionierende Kreislaufwirtschaft in der Kunststoffindustrie basierend auf dem Cradle-to-Cradle-Prinzip zu etablieren. Recycling und Kreislaufwirtschaft weckten bereits im Grundschulalter sein Interesse. Er sammelte zurückgelassene

Pfandflaschen und Almetalle ein, weil er es als richtig empfand, die Materialien im Kreislauf zu halten. Nach dem Abitur entschied er sich für ein Duales Bachelor-Studium bei der Aurubis AG in Hamburg, der größten Unternehmen für Kunststoffrecycling weltweit. Anschließend wechselte er zu Serohtec, einem Startup aus Köln, wo er die Strukturen eines digitalen Marktplatzes für Nichteisenmetallschrotte aufbaute.

Noch vor dem Masterstudium gründete er Sinox Polymers in Bremen, um Kunststoff-Granulate aus Europa an chinesische Hersteller zu distribuieren. Das Geschäft startete so gut, dass 2019 die Gründung der chinesischen Tochtergesellschaft und 2020 der Gesellschaft in Hongkong folgte. 2021 rechnete sich der Import von Regranulat aus Europa nach China nicht mehr, weshalb das Unternehmen inzwischen



Regranulat mit Ocean Bound Plastic (OBP)- und Global Recycled Standard (GRS)-Zertifizierung aus Südostasien in China distribuiert. Seit 2022 baut Marvin Pfeiffer verstärkt auch die europaweite Beschaffung von Ballenware, Mahlgütern und Regranulaten für europäische Hersteller aus. „Mit Sinox Polymers möchte ich dazu beitragen, Kunststoffe bestmöglich über mechanische Recyclingverfahren im Kreislauf zu halten. Die technologische Entwicklung von Bottle-to-Bottle-Recycling in den letzten Jahren hat gezeigt, dass durch Innovation vieles möglich ist“, sagt er.

Herr Pfeiffer, was begeistert Sie an Kunststoffen?

Dass ich in der Kunststoffbranche gegründet habe, war Zufall, weil ich hier meinen ersten Lieferanten gefunden hatte. Ehrlicherweise stellte ich mir anfangs die Frage, ob ich hauptberuflich mit einem Material arbeiten will, das mit so vielen negativen Assoziationen behaftet ist. Kunststoffabfall ist im Gegensatz zu beispielsweise Almetallen heutzutage fast schon der Inbegriff von Umweltverschmutzung. Genau das ist auch der Grund, warum ich mich für das Kunststoffrecycling entschieden habe: Kupfer wird bereits zu 99 Prozent recycelt. Im Kunststoffrecycling hingegen gibt es noch mehr als genug zu tun und man kann einen wirklichen Unterschied machen.

Was macht die Kunststoffbranche aus Ihrer Sicht für Nachwuchskräfte so interessant?

In der Kunststoffindustrie können sich Nachwuchskräfte einbringen und diese Industrie in eine kreislauffähige nachhaltige Zukunft zu führen. Eine Zukunft, in der Kunststoff kein Umweltproblem mehr darstellt, sondern der positive Beitrag für Gesellschaft und Umwelt im Mittelpunkt steht. Kunststoff ist der Werkstoff, der unsere moderne Gesellschaft in weiten Teilen überhaupt erst möglich gemacht hat und der durch seinen niedrigen CO₂-Fußabdruck einen großen Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel leistet. Dieser Imagewechsel – weg vom Problem und hin zur Lösung – funktioniert jedoch nur, wenn Kunststoff nur dort Anwendung findet, wo er wirklich einen Mehrwert bietet. Genau daran arbeitet die Branche mit Nachdruck.

Über „Die Kunststoffverbesserer“ Sie sind die aufstrebenden Talente in der Welt der Kunststoffverpackungen – jung, ambitioniert und mit Lust auf Transformation. Sie entwickeln neue Produkte, stehen für eine veränderte Unternehmenskultur und prägen die Branche maßgeblich, obwohl sie erst am Anfang ihrer Karriere stehen. Deshalb widmet die IK ihnen mit der Interview-Serie „Kunststoffverbesserer“ ein eigenes Format.

Wie erklären Sie sich das schlechte Image von Kunststoff?

Es ist paradox, dass die Vorteile von Kunststoff gleichzeitig verantwortlich sind für sein schlechtes Image. Kein anderer Werkstoff ist so vielseitig, resistent gegenüber Umwelteinwirkungen und lässt sich gleichzeitig so kostengünstig und skalierbar produzieren. Deshalb wird Kunststoff heute in allen Lebensbereichen eingesetzt – auch dort, wo er nicht unbedingt notwendig ist. Seine Entsorgung bringt Hürden mit sich: Er ist nicht biologisch abbaubar. Als Verbundstoff oder nicht sortenreiner Kunststoff ist er zudem auch nicht gut oder zum Teil gar nicht rezyklierbar. Neuware-Kunststoff ist zudem sehr günstig und kein Hersteller kauft freiwillig qualitativ minderwertigeres Rezyklat zum gleichen oder gar höheren Preis. Ohne externe Kosten einzubeziehen, etwa CO₂-Einsparungen gegenüber der Neuwareproduktion, ergibt es meist wenig Sinn, Post-Consumer-Kunststoff zu recyceln. Hauptursache für die Umweltverschmutzung, die zum schlechten Image führt, sind geographisch gesehen jedoch die Entwicklungsländer ohne Sammel- oder Recyclinginfrastruktur. (...)

Das Interview vom 11.03.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Erwartungen an die Politik

„Was die Politik anbelangt: Da wünsche ich mehr Faktenorientierung, oft macht es den Anschein, dass die zu kurz kommt.“



Dr. Thomas Gröner, TG Pack Solutions

„Seitens der Politik haben wir gerade einen weiteren Dämpfer erfahren. In der Debatte um die geplante EU-Verpackungsverordnung (PPWR) wurde sich weder eindeutig für Mehrweg ausgesprochen, noch wurden Quoten festgelegt. Das ist eine verpasste Chance für mehr Nachhaltigkeit. Wir wünschen uns mehr Mut, strengere Kontrollen sowie eine feste Quotierung.“



Eva-Maria Kappelhoff, MealGood

„Wir brauchen die Politik, um einen vernünftigen Rahmen zu setzen, damit die Wirtschaft eine Ebene hat, auf der sie agieren kann. Nur so gibt es einen ehrlichen Wettbewerb, bei dem für alle die gleichen Regeln gelten.“



Heike Vesper, WWF

„Die Politik muss eine ganzheitliche Vision aufzeigen, daraus eine umfassende Strategie ableiten sowie entsprechende verbindliche Rahmenbedingungen schaffen und selbst als Vorbild agieren. Rahmenbedingungen müssen weitsichtig ambitioniert, aber auch realisierbar sein und Planungs- und Investitionssicherheit für die Wirtschaft geben.“



Tom Ohlendorf, WWF

„Ordnungspolitik ist wichtig, um einen Rahmen und Standards vorzugeben. Dies schafft eine Rechtssicherheit, die die Industrie für Investitionen in allen Bereichen der Wertschöpfungskette bzw. des Wertschöpfungskreislaufs benötigt. Das sind nicht nur Investitionen bei uns Herstellern, sondern auch bei den Sortierern, den Recyclern und so weiter. [...] Rechtssicherheit bedeutet immer auch wirtschaftliche Planungssicherheit. Wir reden über einen zentralen Investitionstreiber, ohne den eine funktionierende Kreislaufwirtschaft nicht schnell genug implementiert wird. Das ist das positive an Regulierungen. Kritisch zu sehen ist, wenn Lösungen durch die Politik pauschal vorgeschrieben werden.“



Gabriele Hässig, Procter & Gamble

„Verbraucher haben durch ihre Kaufentscheidung eine Macht, die sie häufig unterschätzen. Wenn wir sie aufklären, können sie die richtigen Entscheidungen treffen und somit Nachhaltigkeit fördern. Die Politik kann diese Aufklärung unterstützen oder sich zumindest faktenbasiert mit dem Thema auseinandersetzen. Denn bestimmte Kunststoffprodukte pauschal zu verbieten, hat keine Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit von Kunststoffen. Das ist reine Scheinpolitik.“



Jonathan Kort, Storopack

„Hauptgrund für die Kaufentscheidung eines Produktes ist meist nicht die Verpackung. Zudem haben die Bürgerinnen und Bürger nicht die Zeit, sich im Detail damit zu beschäftigen und zu differenzieren, dass Kunststoff auch viele Vorteile mit sich bringt. Ich sehe deshalb in erster Linie die Verantwortung bei der Politik, die grundlegenden Weichen zu stellen.“



Marvin Pfeiffer, Sinox Polymers

**Eva-Maria Walter,
ETIMEX Primary
Packaging GmbH**



„Das haben wir schon immer so gemacht“ funktioniert in der heutigen Zeit nicht mehr

Die 26-jährige Eva-Maria Walter arbeitet als Managerin Research & Development bei der ETIMEX Primary Packaging GmbH und kommt dabei mit allen Produktgruppen des Unternehmens in Kontakt.

Der Stein kam früh ins Rollen

Im Interview mit Eva-Maria Walter zeigt sich schnell: Diese junge Frau ist begeistert von ihrem Job – und sie ist begeistert von Kunststoffen und Innovation. Schon immer interessiert an Themen rund um Lebensmittel und Chemie war die berufliche Richtung für Eva-Maria Walter nach dem Abitur

(Fachrichtung Wirtschaft) klar: Sie studierte Lebensmittel- und Verpackungstechnologie in Kempten, zunächst mit dem Ziel, in der Lebensmittelproduktentwicklung zu arbeiten. Schnell stellte sie fest, dass Lebensmittel untrennbar mit Verpackungen verbunden sind. Ihr Praxismester absolvierte sie deshalb im Bereich Verpackungsentwicklung in der Molkerei Müller in Aretsried. Da hier vor allem Kunststoffe eingesetzt

wurden, kam der Stein ins Rollen: Fokussiert auf den Verpackungssektor blieb sie zunächst sowohl der Verpackungsentwicklung als auch den Molkereien treu – ihre Bachelorarbeit schrieb sie bei Hochland in Schongau, wo sie anschließend noch ein halbes Jahr tätig war und dort erste Einblicke in die Nachhaltigkeitsthematik bekam.

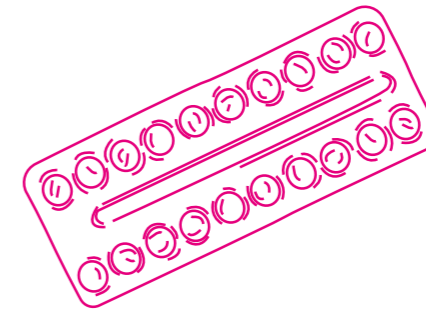
Anschließend studierte sie den internationalen ausgerichteten Master „Packaging Technology and Sustainability“ an der FH Campus Wien, den sie im Juli 2023 erfolgreich abgeschlossen hat. „Das Masterstudium war berufsbegleitend ausgelegt: Im ersten Jahr habe ich nebenbei bei den Karwendel-Werken Huber im Qualitätsmanagement gearbeitet und war hier für die Verpackungsspezifikationen verantwortlich. Um bei Nachhaltigkeitsthemen mehr bewirken und verändern zu können, als es bei Lebensmittelherstellern möglich ist, wechselte ich auf die Seite des Verpackungsherstellers. So kam ich zur ETIMEX“, erläutert Eva-Maria Walter.



Frau Walter, was begeistert Sie an Kunststoffen?

Mich begeistert an Kunststoffen, dass das Innovationspektrum gefühlt riesig ist. Aufgrund der neuen Regulierungen und dem so anstehenden Wandel gibt es eine Vielzahl an Forschungen und Entwicklungsgedanken. Außerdem ist Kunststoff im Endeffekt ein alltäglicher Begleiter. Sei es als Verpackung, im Auto, in der Spülmaschine oder im medizinischen Bereich. Er ist heutzutage nicht mehr wegzudenken und eine ‚Kunst‘ für sich.

Was macht die Kunststoffbranche für Nachwuchskräfte interessant?



Gerade vor dem Hintergrund der Packaging & Packaging Waste Regulation (PPWR) wird unsere Branche auf den Kopf gestellt, es sind viele grundlegende Änderungen geplant. Das ist der größte Umbruch, den die Kunststoff- bzw. Verpackungsbranche bisher erlebt hat. Es wird alles hinterfragt und neu evaluiert. Dadurch hat man aber auch viel Freiraum für neue Ansätze und Denkweisen, die Unternehmen in dieser Zeit brauchen. Also wenn nicht jetzt, wann dann? Die Branche braucht neue, junge Köpfe, die Dinge kritisch angehen und anders denken. ‚Das haben wir schon immer so gemacht‘ funktioniert nicht mehr in der heutigen Zeit.

Was bedeutet Innovation und Transformation für Sie im Kontext von Kunststoffen und Kunststoffverpackungen?

Die Transformation ist für mich ein großes Hinterfragen und geht aktuell mit einem großen Wandeln einher. Zu spannenden Innovationen gehört für mich die Verarbeitung von Polyolefin-Rezyklaten und mit welchen Methoden man diese für beispielsweise den Lebensmittelkontakt aufbereiten kann. Außerdem finde ich den Ansatz des chemischen

Recyclings sehr interessant und seine nachhaltigere Gestaltung. Darüber hinaus begeistern mich Identifikationstechnologien: Mit ihnen soll während des Sortierprozesses in den Recyclinganlagen zwischen Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittelverpackung unterschieden werden, was dann wiederum den Aufbereitungsprozess unterstützen soll.

Wie unterstützen Sie einen bewussten Umgang mit Kunststoffen?

Im beruflichen wie auch privaten Alltag nehme ich oft eine beratende Rolle ein: Welche Vorgaben hat der Handel an unsere Kund:innen? Wie können wir unsere Kund:innen unterstützen, die Ziele des Handels zu erreichen? Was sagt der Gesetzgeber aktuell und wie entwickelt sich die politische Grundlage? Im Familien- und Freundeskreis sind Handel und Gesetzgeber nicht so relevant. Aber auch dort erkläre ich, welche Verpackung wie entsorgt werden muss oder weise darauf hin, dass Komponenten getrennt werden sollten, bevor sie im Gelben Sack landen. Beim Einkaufen bringe ich immer mal wieder Infos über einzelne Verpackungskonzepte ein, ob man sie gut recyceln kann etc. (...)

Das Interview vom 11.01.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Über „Die Kunststoffverbesserer“ Sie sind die aufstrebenden Talente in der Welt der Kunststoffverpackungen – jung, ambitioniert und mit Lust auf Transformation. Sie entwickeln neue Produkte, stehen für eine veränderte Unternehmenskultur und prägen die Branche maßgeblich, obwohl sie erst am Anfang ihrer Karriere stehen. Deshalb widmet die IK ihnen mit der Interview-Serie „Kunststoffverbesserer“ ein eigenes Format.

Gabriele Hässig,
Procter & Gamble



Wir brauchen Innovationsoffenheit ohne Scheuklappen

Mit der Nachhaltigkeitsstrategie „Ambition 2030“ unterstützt Procter & Gamble seine Marken dabei, nachhaltige und attraktive Produkte herzustellen. Neben Klima, Wasser und Naturschutz gehören auch Verpackungen und Abfall zu den vier Fokusbereichen der Strategie. Wir haben mit Gabriele Hässig, Geschäftsführerin Kommunikation und Nachhaltigkeit der Procter & Gamble Gruppe in der DACH-Region, über die Notwendigkeit und Wahrnehmung von Verpackungen, ein visionäres Zielbild der Kreislaufwirtschaft und positive Erwartungen, aber auch über Herausforderungen gesprochen.

Frau Hässig, „Nachhaltigkeit“ ist inzwischen ein geflügelter Begriff. Wie definieren Sie ihn in Bezug auf nachhaltige Verpackungslösungen?

Für uns ist wichtig, dass Verpackungen ihre Funktion erfüllen und gleichzeitig von den Verbraucherin-

nen und Verbrauchern als nützlich und praktisch angesehen werden. Es geht uns darum, dass die Menschen die Lösungen, die unsere Marken bieten, optimal in Anspruch nehmen können. Dabei hat Nachhaltigkeit bei Verpackungen verschiedene Dimensionen. Eine davon ist die Recyclingfähigkeit, damit Materialien wie Kunststoffe möglichst lange im Kreis-

geführt werden können. Fakt ist: Wir haben nur begrenzte Ressourcen auf diesem Planeten und müssen daher sorgsam mit ihnen umgehen. Darüber hinaus geht es um die Materialeffizienz und darum, wie viel Material wir in Anspruch nehmen. Eine dritte Dimension betrifft die Wahl des idealen Verpackungsmaterials für den jeweiligen Verwendungs-

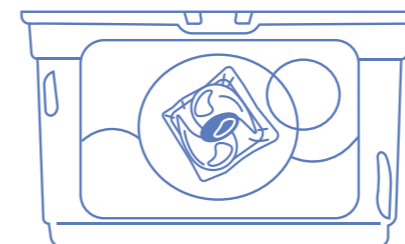
GABRIELE HÄSSIG

ist seit über 33 Jahren für Procter & Gamble tätig und verantwortet seit 2015 als Geschäftsführerin der Procter & Gamble Gruppe die Kommunikation und Nachhaltigkeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

zweck. Dabei gibt es kein pauschales ‚gut‘ oder ‚schlecht‘. Kunststoff ist nicht de facto schlecht und Papier ist nicht de facto gut. Das wäre in vielen Bereichen einfach zu kurz gedacht.

Wie entscheiden Sie, welche Verpackung und welches Verpackungsmaterial am besten ist?

Es kommt darauf an, die richtige Verpackung für den richtigen Nutzungszweck und die richtigen Zielgruppen zu entwickeln. Dabei stellt sich immer die Frage, welches Material sich am besten eignet. Bei den Ariel PODS haben wir beispielsweise durch die Umstellung auf eine Karton-Verpackung ein besseres, inklusiveres und sichereres Produkt-Erlebnis geschaffen, das es mit der ‚alten‘ Polypropylen-Box zuvor so nicht geben konnte.



Aber nicht immer ist Papier die beste Lösung. Wenn Kunststoff, beispielsweise ein leichter Monomaterial-Kunststoff, die beste Lösung darstellt, dann nutzen wir diesen. Zum Beispiel ermöglicht die neue Fairy-Variante in der Standup-Flasche aus 100 % rPET eine ganz einfache und minimalistische Dosierung, was im Sinne der Ökobilanz sehr sinnvoll ist. Über die letzten Jahre haben wir außerdem zum Beispiel die Folie unserer Always-Produkte deutlich dünner entwickelt, sodass wir weniger Material benötigen.

Es spielen also viele Aspekte eine Rolle. Wir versuchen, immer das große Ganze im Blick zu haben und beziehen auch Verbraucherfeedback aus unserer Marktforschung in die Verpackungsentwicklung mit ein. Am Ende ist für uns die Sinnhaftigkeit einer Verpackung und die ökologischste Variante mit der besten Ökobilanz entscheidend. Dabei arbeiten wir sehr wissenschaftlich und auf Basis einer konkreten Ökobilanz (Life Cycle Assessment, LCA) nach ISO 14040 bzw. ISO 14044.

Zeigt Ihre Marktforschung, dass Konsumentinnen und Konsumenten darauf vertrauen, dass Sie auch unter Nachhaltigkeitsaspekten die optimale Verpackungslösung wählen?

Es ist unsere Verantwortung als führender Markenhersteller, dass wir verantwortlich mit unserem Wissen umgehen. Die Menschen wollen sich oftmals in ihrem Alltag nicht damit beschäftigen und können das in dieser Komplexität auch gar nicht. Genau da liegt unsere Aufgabe: Herausragende Produkte zu bieten, schließt für uns ein, Komplexität für die Konsumentinnen und Konsumenten zu reduzieren, indem wir uns mit Fragen wie die der nachhaltigsten Verpackungslösung beschäftigen und dann den Menschen Lösungen

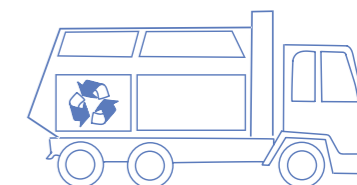
Procter & Gamble (P&G) bietet Verbraucherinnen und Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie Always®, Ariel®, Antikal®, Braun®, blend-a-dent®, Clearblue®, Dash®, Fairy®, Febreze®, Gillette®, Head & Shoulders®, Herbal Essences®, Lenor®, Meister Proper®, Olay®, Old Spice®, Oral-B®, Pampers®, Pantene Pro-V®, Persona®, Swiffer® und Wick®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig. Weitere Informationen über P&G, seine Marken und seine Nachhaltigkeitsstrategie finden Sie unter www.pg.com.

anbieten, die entsprechend vernünftig und nachhaltig sind. Darauf können sich die Menschen verlassen. Wer eine unserer Qualitätsmarken kauft, kann darauf vertrauen, dass diese nach dem neuesten Stand der Wissenschaft entwickelt sowie verpackt sind und dass die Produkte sowie die Inhaltsstoffe sicher sind.

Wie viel Aufklärung und Information gehört für Sie in der Verbraucherkommunikation in Bezug auf nachhaltige Verpackungslösungen dazu?

Im Rahmen der Marktforschung stehen wir sehr intensiv mit Konsumentinnen und Konsumenten im Austausch. Deshalb wissen wir, dass mehr Informationen auf Verpackungen oder Produkten, etwa zur Nach-Gebrauch-Phase, nicht unbedingt mehr helfen. Es kommt auf die richtige Dosierung und Priorisierung an: (...)

Das Interview vom 18.03.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Status Ziele 2025

2025 naht – ein Überblick zum Fortschritt der Branchen-Nachhaltigkeitsziele

Bundesregierung und EU haben in den letzten Jahren strenge Regularien für nachhaltige Kunststoffverpackungen in der Kreislaufwirtschaft erlassen. Harte Ziele hat sich auch die Industrie im Jahr 2018 selbst gesetzt: Bis 2025 sollen in Deutschland eine Million Tonnen Rezyklate oder biobasierte Rohstoffe in Kunststoffverpackungen verarbeitet werden, und 90 Prozent der Haushaltsverpackungen recycling- oder mehrwegfähig sein. Doch wie ist der Stand wenige Monate vor Ende der Frist?

Ressourcen verantwortungsvoll zu nutzen, ist schon lange Ziel der Kunststoffbranche. Auch die Politik setzt klare Leitplanken: Laut EU sollen bis 2025 zehn Millionen Tonnen Rezyklate in Kunststoffprodukten verwendet werden, diese Entscheidung fiel 2018. Zudem sieht das überarbeitete Verpackungsgesetz in Deutschland seit 2019 eine Steigerung der Recyclingvorgaben für Kunststoffverpackungen von 36 auf 63 Prozent bis 2022 vor.

Laut GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung hat das Recycling von Kunststoffverpackungen im Jahr 2022 erneut zugenommen. Damit erreichen diese inzwischen Recyclingquoten von 65,6 Prozent, im Bereich des privaten Endverbrauchs sogar 69,8 Prozent.

Die Branche will diesen Wandel aktiv mitgestalten. Deshalb nahm die IK diese politischen Zielsetzungen in ihre eigene Verbandsstrategie auf und definierte mit ihren Mitgliedern für die Industrie ehrgeizige quantitative messbare Ziele für eine Kreislaufwirtschaft.

Recycling- und Mehrwegfähigkeit

Bereits 2018 waren 75 Prozent der Kunststoffverpackungen im Gelben Sack und der PET-Getränkeflaschen recycling- oder mehrwegfähig, auch dank der Entwicklungsleistung der IK-Mitglieder für Design for Recycling. 2020 lag der Wert für diese haushaltsnah anfallenden Kunststoffverpackungen bereits bei 81 Prozent. Mit Blick auf diese erreichten Meilensteine sollte die Zielmarke von 90 Prozent bis 2025 erreichbar sein.



Werte für Rezyklateinsatz haben sich verschoben

Schon 2017 wurden in Deutschland 400.000 Tonnen Rezyklat oder biobasierte Rohstoffe in Kunststoffverpackungen verwendet. Das Ziel, diesen Wert bis 2025 auf eine Million Tonnen zu steigern, hatte die IK bewusst entsprechend ambitioniert gewählt. Zudem baute der Verband mit dieser Zielsetzung seine Vorreiterrolle auf europäischer Ebene weiter aus. Seit 2017 wurden pro Jahr 20 Prozent mehr Post-Consumer-Rezyklate (PCR) eingesetzt. Doch den Löwenanteil des gesamten Rezyklat-Grundwerts von 2017 machten andere Materialien aus, Post-Industrial-Rezyklate (PIR) und wiederverwendete Nebenprodukte. Diese dürfen heute nicht mehr in die Rechnung einfließen – so lassen sich die eine Million

Tonnen trotz wachsender PCR-Mengen nur schwer realisieren.

Ein weiteres Hindernis sind die Qualität und Quantität der auf dem Markt verfügbaren Rezyklate. Besonders gilt das für jene, aus denen Verpackungen für Lebensmittel und andere kontaktsensitive Produkte wie Tierfutter, Pharmazeutika, Kosmetika oder Gefahrgüter entstehen sollen. Abgesehen von PET-Rezyklat, das zwar verfügbar, aber stark nachgefragt ist, ist es kaum möglich, qualitativ geeignetes PCR zu beziehen.

Eine Million Tonnen Rezyklate stellt mehr als eine Verdopplung des aktuellen Niveaus dar. Bis 2025 ist das aktuell noch kaum noch erreichbar. Dennoch: Was der Verband bisher erreicht hat, ist ein Teilerfolg. Sich frühzeitig mit konkreten Zielen für die Kreislaufwirtschaft zu beschäftigen und entsprechende Kompetenzen zu entwickeln, lässt die IK gestärkt auf gesetzliche Anforderungen wie die EU-Verpackungsverordnung (PPWR) blicken, die voraussichtlich noch in diesem Jahr verabschiedet wird. Für die Branche sind das Engagement für Kreislaufwirtschaft, die Fähigkeit zur Kritik sowie die effektive Kommunikation der Vorteile von Kunststoffverpackungen für den Klimaschutz weiterhin entscheidend, um den Herausforderungen zu begegnen und die gesteckten Ziele zu erreichen.



Wir brauchen eine Investitionsoffensive, Bürokratieabbau, Steuerreformen und einen zügigen Ausbau der erneuerbaren Energien



Prof. Dr. Michael Hüther,
Direktor Institut der deutschen
Wirtschaft (IW) in Köln

Prof. Dr. Michael Hüther ist Direktor und Mitglied des Präsidiums beim Institut der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln. Mit seinem Team forscht er zu Themen wie dem aktuellen Strukturwandel, Ordnungspolitik, vergangene Wirtschaftskrisen bis hin zur Regulierung der Kapitalmärkte. Wir haben mit ihm über die Krise des Wirtschaftsstandortes Deutschland gesprochen und was wir tun können, um unsere Wettbewerbsfähigkeit wieder zu verbessern.

Herr Prof. Dr. Hüther, hierzulande ist immer wieder die Rede von Deindustrialisierung. Was haben wir in Deutschland falsch gemacht? Und viel wichtiger: was können wir besser machen?

Das exportorientierte deutsche Geschäftsmodell hat sich auf funktionierende internationale Lieferketten sowie die Just-in-time-Produktion verlassen. Die Globalisierung mit ihrer Arbeitsteilung hat zu Abhängigkeiten auf Export- und Bezugsmärkten

geführt, die durch die Einseitigkeit bei bestimmten Gütern jetzt zum Verhängnis werden. Die aus dem Angriffskrieg Russlands resultierende Energiepreiskrise setzt unserem Wirtschaftsstandort gerade massiv zu. Dazu kommen hausgemachte Probleme, insbesondere der vergangenen 16 Jahre, weil versäumt wurde in die Infrastruktur zu investieren, eine Unternehmenssteuerreform auf den Weg zu bringen und die grüne und digitale Transformation voranzutreiben. Und das mitten in einem Fachkräftemangel. Um unsere Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, braucht es daher eine Investitionsoffensive, Bürokratieabbau, Steuerreformen und einen zügigen Ausbau der erneuerbaren Energien.

Die Kunststoffindustrie befindet sich in der Transformation – weg von den fossilen Rohstoffen, hin zur funktionierenden Kreislaufwirtschaft. Wie kann Wirtschaftspolitik zum Gelingen dieses Prozesses beitragen?

Durch die staatlich verordnete Fristentransformation des Klimaschutzgesetzes muss sich der Staat in seiner Rolle neu erfinden: die grüne Transformation in Deutschland erfordert klimafreundliche Investitionen von schätzungsweise fünf Billionen Euro. Daher müssen schuldenfinanzierte Investitionsausgaben getätigt werden, um den Wandel zu ermöglichen und zu beschleunigen. Auch wenn marktwirtschaftliche Instrumente wie die CO₂-Steuer eine wichtige Koordinierungsfunktion haben – ohne staatliche Unterstützung wie einem zeitlich klar begrenzten Industriestrompreis, überfordern wir die Wirtschaft und Gesellschaft und laufen Gefahr, unsere industrielle Basis zu verlieren.(...)

Das Interview vom 28.09.2023 in voller Länge finden Sie hier:



Eva-Maria Kappelhoff,
Mealgood



Beim Anblick des Einwegverpackungsabfalls dachten wir uns: Das muss doch anders gehen!

Eva-Maria Kappelhoff sagt dem Verpackungsabfall in der Gastronomie den Kampf an: Die 29-Jährige ist Geschäftsführerin und Co-Founder des Start-ups MealGood, das individuelle Mehrwegbehältnisse für die (Groß-)Gastronomie anbietet.

Gemeinsam mit Laura-Marie Schulte hat sie MealGood vor drei Jahren mit dem Ziel gegründet, den täglich anfallenden und teils unnötigen Verpackungsabfall zu reduzieren. „Wir haben mit eigenen Augen gesehen, wie viel Verpackungsmüll in einem Konzern ohne eigene Kantine um die Mittags-

zeit anfällt. Wir dachten wir uns: Das muss doch anders gehen!“, berichtet Eva-Maria Kappelhoff. Ihre Mission: Einwegverpackungen einfach und effizient durch Mehrwegverpackungen ersetzen sowie ein längst überfälliges funktionierendes Mehrwegsystem für die Gemeinschaftsverpflegung einfüh-

ren. Gleichzeitig möchten die beiden Gründerinnen das Thema Biokunststoffe stärker in den Fokus rücken, Mythen über dieses Material entkräften und Verbraucherinnen und Verbraucher besser aufklären.

Frau Kappelhoff, was begeistert Sie an Kunststoffen und was macht die Kunststoffbranche aus Ihrer Sicht für Nachwuchskräfte so interessant?

Die Kunststoffbranche birgt ein enormes Potenzial für innovative Lösungen. Trotz der häufigen Kritik, dass Kunststoffe Mensch und Natur schaden und ein Produkt aus ‚alten Zeiten‘ sind, ist es eine Tatsache, dass Kunststoffe in vielen Bereichen unverzichtbar sind. Das betrifft Alltagsgegenstände wie Kleidung genauso wie hochspezialisierte Produkte in der Medizintechnik. Deshalb ist und wird es in Zukunft immer relevanter zu fragen, wie wir Ressourcen bestmöglich im Kreislauf halten sowie Downcycling verhindern können und welche Alternativen wir zu erdölbasierten Kunststoffen haben. Hier gibt es viel Spielraum und Potenzial für Entwicklungen in einer zweifellos zukunfts-gestaltenden und vielversprechenden Branche.



Sprechen wir über die nachhaltige Verpackungsindustrie der Zukunft: Was bedeutet Innovation und Transformation für Sie im Kontext von Kunststoffen, Kunststoffverpackungen sowie einer effizienten Kreislaufwirtschaft?

Für uns als Start-up bedeutet dies, neue Möglichkeiten zu erforschen und zu testen. Unser Ziel ist es, die Lebensdauer der Rohstoffe und Verpackungen bestmöglich zu verlängern, ohne schädliche Stoffe hinzuzufügen. Es bedarf zum Beispiel

weiterer Forschung im Bereich der Additive, um herauszufinden, welche Farben und Rohstoffe aus regionalen und natürlichen Ressourcen genutzt werden können. Ein Beispiel ist der Bast der Haselnuss, der ideal geeignet wäre, um Kunststoffe einzufärben. Wir wollen erforschen, welche Ressourcen vorhanden sind, wie diese verwendet und in großen Mengen zur Verfügung gestellt werden können. Anschließend arbeiten wir daran, dass diese auch in Verpackungen mit Lebensmittelkontakt eingesetzt werden können. Wirft man in diesem Bereich einen Blick auf die verbindliche Positivliste der Monomere und Zusatzstoffe, zeigt sich definitiv Raum für Erweiterungen. Gleiches gilt für Post-Consumer-Rezyklate: Damit der Stoffkreislauf wirklich gelingt und die Recyclingquoten erfüllt werden, müssen die Rahmenbedingungen neu diskutiert werden.

MealGood setzt auf biobasierte Kunststoffe. Welche Chancen und Herausforderungen bringen diese mit sich?

Wir sehen es als große Chance, mit unseren Produkten die Rahmenbedingungen und Anwendungsbereiche von biobasierten Kunststoffen zu erweitern und in den Fokus zu rücken. Diese Art von Kunststoffen besitzt im Grunde die gleichen Eigenschaften wie erdölbasierte Produkte. Im Praxistest zeigte sich bei den ersten Prototypen Optimierungsbedarf, denn sie waren etwas anfälliger als vergleichbare Produkte aus erdölbasiertem Kunststoff. Heute bieten wir Produkte an, die Kunststoff



aus fossilen Rohstoffen in Sachen Qualität in nichts nachstehen. Wir setzen bewusst auf Monomaterial, damit sich unsere Produkte optimal recyceln lassen. Das bedeutet gleichzeitig, dass wir auf bestimmte Beschichtungen verzichten. Diese würden zwar beispielsweise die Optik verbessern, die Recyclingfähigkeit jedoch verringern.

Wie erklären Sie sich das schlechte Image von Kunststoff?

Wir alle kennen die Bilder von Öllecks in Ozeanen, brennenden Ölplattformen, riesigen Raffinerien und der Meeresverschmutzung durch Kunststoffverpackungen. Mit MealGood möchten wir eine andere Perspektive eröffnen. Denn wir sind nicht auf Ölraffinerien angewiesen und können Mehrweg- anstelle von Einwegkunststoffen nutzen, deren Akzeptanz meiner Meinung nach deutlich höher ist. (...)

Das Interview vom 26.03.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Über „Die Kunststoffverbesserer“ Sie sind die aufstrebenden Talente in der Welt der Kunststoffverpackungen – jung, ambitioniert und mit Lust auf Transformation. Sie entwickeln neue Produkte, stehen für eine veränderte Unternehmenskultur und prägen die Branche maßgeblich, obwohl sie erst am Anfang ihrer Karriere stehen. Deshalb widmet die IK ihnen mit der Interview-Serie „Kunststoffverbesserer“ ein eigenes Format.

Dr. Thomas Gröner,
TG PACK SOLUTIONS



Beim Thema Nachhaltigkeit ist bei weitem nicht alles so schwarz und weiß, wie es gerne dargestellt wird

Dr. Thomas Gröner blickt auf mehr als 30 Jahre Erfahrung entlang der Verpackungswertschöpfungskette zurück, zuletzt war er als Direktor R&D and Sustainability bei der RKW Group tätig, weitere Stationen in seiner Karriere waren Mondi Consumer Goods Packaging, Nestlé oder Pepsico. Das Thema Verpackung kennt er also aus jeder Perspektive. Vor drei Jahren hat er sein eigenes Beratungsunternehmen für nachhaltige Verpackungslösungen gegründet. Im Interview teilt er seine Sicht auf Nachhaltigkeit, spricht über das Problem der Lebensmittelverschwendung und zeigt auf, dass manche politische Vorgaben widersprüchlich statt zielführend gestaltet sind.

Herr Dr. Gröner, Sie verfügen über umfangreiches Wissen und Erfahrung zu nachhaltigen Verpackungen. Heute sind Sie mit TG PACK SOLUTIONS als

selbstständiger Berater tätig. Inwiefern hat sich die Art und Weise verändert, wie Sie heute Ihren Beitrag zu moderner und nachhaltiger Verpackung leisten?

Ich bin seit gut drei Jahren erfolgreich selbstständig und berate Unternehmen sowie Startups entlang der Verpackungswertschöpfungskette im Bereich Nachhaltigkeit, Innovation und Business Development. Dazu

DR. THOMAS GRÖNER

Mit seinem Unternehmen TG PACK SOLUTIONS agiert Dr. Thomas Gröner im Bereich Verpackung und Nachhaltigkeit. Dabei kann er auf eine mehr als 30-jährige Industrieerfahrung zurückblicken: zuletzt war er als Direktor R&D and Nachhaltigkeit bei der RKW SE tätig, zuvor arbeitete er bis 2018 als Head of R&D and Innovation im Bereich flexible Verpackung bei Mondi. Zudem blickt auf weitere Karriereschritte bei Nestlé, Friskies und PepsiCo zurück. Weitere Informationen gibt es auf der Website von TG PACK SOLUTIONS.



zählen sowohl Verpackungshersteller als auch abpackende Unternehmen in Europa und Nordamerika. Mein Ansatz lässt sich mit drei Worten zusammenfassen: ganzheitlich, offen und faktenorientiert. Ganzheitlich, weil ich aus der Perspektive von Materialherstellern, Verpackungsproduzenten und verpackender Industrie berate ebenso wie mit dem Blick der Entsorger sowie der Konsumentinnen und Konsumenten. Offen deswegen, da ich gänzlich frei in der Wahl von Materialien, Partnern und Anbietern agiere. Faktenorientiert insofern, als dass ich als unabhängiger Dritter meine Konzepte komplett unabhängig und faktenbasiert und erstelle.

Nachhaltigkeit ist ein zentrales Thema für die Kunststoff- und Verpackungsindustrie. Wo sehen Sie hier aktuell die Herausforderungen?

Das Thema Nachhaltigkeit ist ein sehr komplexes Thema. Wenn ich an einer Schraube drehe, kann es durchaus sein, dass ich Verbesserungen in einem Bereich erziele, die aber möglicherweise an anderer Stelle nachteilig sind. Es ist also bei weitem nicht alles so schwarz

und weiß, wie es gerne dargestellt wird. Die andere Herausforderung ist, dass Nachhaltigkeit zwar einen Mehrwert bedeutet, aber oft auch mit Mehrkosten verbunden ist. Hier braucht es ein Verständnis dafür, dass Nachhaltigkeit Unternehmen Einsatz und Investments sowie häufig auch höhere Preise kostet. In diesem Gefüge von Komplexität und Kosten zu navigieren und das Optimum für die Gesellschaft und das Unternehmen zu finden, ist die größte Herausforderung.

Wie schätzen Sie die Rolle von Gesellschaft und Politik ein, wenn es darum geht, Nachhaltigkeit bei Verpackungen zu realisieren?

Grundsätzlich müssen wir davon ausgehen, dass sich die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher wenige Gedanken um Verpackungen machen. Das betrifft zum einen die Funktionalität der Verpackung und zum anderen das End of Life. Stichwort Verbundverpackungen: Wenn man beim Joghurtbecher erst eine Lasche hochziehen muss, um dann die Papierbanderole abzunehmen, dann gehe ich davon aus, dass 80 Prozent der Menschen das einfach nicht tun. Deshalb ist es an uns, Lösungen zu gestalten, mit denen die Konsumentinnen und Konsumenten einfach umgehen können. Zudem sollte auf der Verpackung auch klar erkennbar sein, wie diese zu entsorgen ist. Hinzu kommt die Frage: Sind Verbraucherinnen und Verbraucher auch bereit, die Mehrkosten für nachhaltige Verpackungen zu

tragen? Wenn sie am Regal den Preis sehen, fällt die Entscheidung oft nicht zugunsten der nachhaltigen Lösung aus. Dazu gibt es Datenpunkte, die eine starke Verzerrung zwischen dem Gesagten und dem Getanen auf tun. Was die Politik anbelangt: Da wünsche ich mehr Faktorientierung, oft macht es den Anschein, dass die zu kurz kommt.

Haben Sie ein Beispiel für den erwähnten Mangel an Faktenorientierung in der Politik?

Im Bereich Single-Use-Plastics ist irgendwann der Strohhalm verboten worden. Schaut man sich aber an, was in der Kategorie den höchsten Eintrag in die Umwelt hat, sind es die Zigarettenkippen, und zwar um ein Vielfaches im Vergleich zum Strohhalm. Dieser Fehlschluss hat nicht nur hierzulande Konsequenzen, sondern auch woanders, wenn das Konzept kopiert wird. Das findet beim Beispiel Strohhalm gerade statt, in Indien sind diese nun auch verboten. (...)

Das Interview vom 29.05.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Heinz-Henning Seute,
LH-Plastics GmbH

Der Werkstoff Kunststoff bietet unzählige Lösungsmöglichkeiten

Heinz-Henning Seute leitet als CEO die LH-Plastics GmbH im sächsischen Werdau. Sein Beruf wurde ihm quasi in die Wiege gelegt, denn er führt das Unternehmen in zweiter Generation nach seinem Vater.

12.000 Tonnen Regranulate pro Jahr, mehr als 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie 20 Jahre Erfahrung im Geschäft. Das Familienunternehmen im sächsischen Werdau arbeitet thermoplastische Kunststoffe zu Compounds, Regeneratcompounds und Regranulaten auf. Spezialisiert ist LH-Plastics ausschließlich auf die Rohstoffe Polyethylen (PE) und Polypropylen (PP). Ein stolzes Erbe, an das Heinz-Henning Seute da anknüpft. Seit 2008 wuchs er

Schritt für Schritt, zunächst als Werkstudent, später als Projektleiter und anschließend im Vertrieb, Personal und Marketing, in das Familienunternehmen hinein. Der 35-Jährige folgte im Jahr 2023 auf seinen Vater Heinz-Günter Seute, der das Unternehmen 2004 gegründet hat und sich nach insgesamt über 45 Jahren Selbstständigkeit in den Ruhestand verabschiedete. Seitdem teilt sich Seute mit Robby Beckert die Geschäftsführung. Um perfekt in

seine Rolle hineinzuwachsen, hat der Ingenieur und Mechatroniker zudem ein berufsbegleitendes BWL-Studium absolviert.

Im Interview spricht Heinz-Henning Seute über Innovationswillen, Employer Branding und darüber, warum die Kunststoffbranche gerade für junge Menschen eine Spielwiese sein kann, um wirklich etwas auf der Welt zu verändern.

Herr Seute, was macht die Kunststoffbranche aus Ihrer Sicht für Nachwuchskräfte so interessant?

Ich glaube, dass die Kunststoffbranche gerade in einer enormen und nie zuvor da gewesenen Transformation steckt. Schlagworte wie Nachhaltigkeit, Klimaneutralität oder Kreislaufwirtschaft sind keine leeren Marketingfloskeln mehr. Vielmehr arbeiten alle Unternehmen an disruptiven Konzepten und Strategien, um für sich eine Marktvorherrschaft in gewissen Bereichen zu erlangen. Gerade unter diesen Bedingungen haben innovative Nachwuchskräfte die Möglichkeit, sich in allen Geschäftsbereichen einzubringen und diese mitzugestalten. Überzeugungen wie ‚Das wurde schon immer so gemacht‘ werden zunehmend aus den Unternehmen verbannt und das ‚Rethinking‘ von oberster Managementebene gefördert. Das Zusammenspiel von erfahrenen Unternehmensmitgliedern und Nachwuchskräften wird meiner Meinung nach den Unterschied machen und bildet ein großes Potential für alle Beteiligten.

Wie viele andere Unternehmen hat LH-Plastics wahrscheinlich mit dem Fachkräftemangel zu tun. Was kann die Branche hier entgegensetzen und wie stellen Sie sich auf?

Um dem Fachkräftemangel entgegen zu treten, arbeiten wir seit einigen Jahren daran, ein Spitzenarbeitgeber zu sein. Das Gehalt ist dabei in der heutigen Zeit lediglich Hygienefaktor. Denn eine ansprechende Unternehmenskultur hat inzwischen eine viel größere Bedeutung für potenzielle Fachkräfte. Dies fördert weiterhin die Identifikation vorhandener Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Unternehmen und steigert deren Produktivität.

Mit den Employer-Branding-Video „Sächsische Diamanten“ und „Haus der Diamanten“ sind Sie einen sehr kreativen und innovativen Weg gegangen, um neue Teammitglieder zu finden. Wie funktioniert Innovation in einem traditionellen Familienunternehmen?

Das klassische Recruiting über Stellenanzeigen oder ‚Wir suchen Dich!‘-Banner an der Unternehmenseinfahrt geht im Meer allerwerbenden Arbeitgeber unter. Wie bei der Vermarktung von Produkten müssen sich Unternehmen auch bei der Mitarbeitergewinnung innovative Wege zutrauen. Wer als einziger im Kinosaal aufsteht, macht sich vielleicht vor den Sitzenden ein Stückweit lächerlich, wird aber von allen anderen am besten gesehen, um seine Botschaft zu kommunizieren. Diesen Ansatz verfolgten wir mit unseren zwei Unternehmensvideos ‚Sächsische Diamanten‘ und ‚Haus der Diamanten‘. Produziert auf dem Niveau eines Kinotrailers möchten wir uns von Durchschnittswerbeanzeigen absetzen. Aktuell konnten wir alle freien Stellen in unserem Unternehmen besetzen und erhalten wöchentlich neue Anfragen von Bewerbern. Unser Fazit: Ziel erreicht!

Was bedeuten Innovation und Transformation für Sie im Kontext von Kunststoffen, Kunststoffverpackungen und einer effizienten Kreislaufwirtschaft?

Kunststoffe bilden meiner Auffassung nach den modernsten und gleichzeitig vielseitigsten Werkstoff für Verpackung, den es derzeit gibt: Kunststoffverpackungen können individuell für jedes noch so anspruchsvolle, zu verpackende Gut designt werden. Rezepturen von Extrudateuren können stellenweise als ‚Rocket Science‘ bezeichnet werden, wenn durch Kombination von Kunststoff und Additiven immer bessere Folien im Hinblick auf die Leistungsfähigkeit in verschiedenen Anwendungsbereichen produziert werden. Neben Qualitätsstandards werden auch Kostenvorteile immer weiter perfektioniert. (...)

Das Interview vom 13.05.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Über „Die Kunststoffverbesserer“ Sie sind die aufstrebenden Talente in der Welt der Kunststoffverpackungen – jung, ambitioniert und mit Lust auf Transformation. Sie entwickeln neue Produkte, stehen für eine veränderte Unternehmenskultur und prägen die Branche maßgeblich, obwohl sie erst am Anfang ihrer Karriere stehen. Deshalb widmet die IK ihnen mit der Interview-Serie „Kunststoffverbesserer“ ein eigenes Format.

Besuchen Sie den Newsroom:



Informiert über das Engagement der Industrie auf dem Weg zu einer nachhaltigen Kunststoff-Kreislaufwirtschaft.

Führt spannende Interviews mit Personen aus Branche, Politik und NGOs.



**Dr. Fang Luan,
IK Industrievereinigung
Kunststoffverpackungen
e.V.**



Als Chemikerin empört mich die fehlerhafte Medienberichterstattung über Kunststoffverpackungen

Das Referat Verbraucherschutz und Qualitätsmanagement bei der IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e.V. (IK) bietet den Mitgliedern mit seiner Expertise und einem sehr guten Netzwerk eine Reihe von Serviceleistungen an. Wir haben mit Frau Dr. Fang Luan, Leiterin des Referats, über ihre Arbeit gesprochen und warum noch sehr viel Aufklärungsarbeit rund um den Einsatz von Kunststoff in Lebensmittelverpackungen notwendig ist.

Frau Dr. Luan, welche konkreten Aufgaben fallen in Ihren Bereich?

Übergreifend alles rund um Verbraucherschutz und Qualitätsmanagement. Mein wichtigster Arbeitsbereich ist jedoch der Einsatz von Kunststoffverpackungen für den

Lebensmittelkontakt. Die Kernelemente meiner Tätigkeiten umfassen darüber hinaus die Themen Pharma- und Kosmetikverpackungen sowie technische Normen für Kunststofffolien und -verpackungen. Neben all diesen Aufgabenbereichen hat das Referat Verbraucherschutz und Qualitätsmanagement mit Unterstützung

von IK-Expertengremien eine Reihe von Dokumenten und Leitfäden erarbeitet, die unseren Mitgliedern eine Hilfestellung an die Hand geben, wie beispielsweise den „IK-Praxisleitfaden Kunststoffverpackungen im Direktkontakt mit Lebensmitteln“. Er ist in unserem Extranet exklusiv für unsere Mitglieder abrufbar.

FRAU DR. FANG LUAN

Frau Dr. Fang Luan ist seit fast 14 Jahren bei der IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e.V. für das Referat Verbraucherschutz und Qualitätsmanagement verantwortlich. Sie ist staatlich geprüfte Lebensmittelchemikerin und war zuvor wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Lebensmittelchemie der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität in Frankfurt. Dr. Luan ist in China aufgewachsen und hat dort ihr Diplom in Polymerchemie gemacht.



Das Thema Verbraucherschutz begegnet uns im Kontext mit Verpackungen immer wieder, auch bei Lebensmittelverpackungen. Was verstehen Sie unter Verbraucherschutz?

Hier steht der Schutz von Produkt sowie der Verbraucherinnen und Verbraucher im Vordergrund. Zwei Aspekte sind sehr wichtig: Zunächst einmal sichere Verpackungen. Unsere Mitglieder arbeiten tagtäglich intensiv daran, dass Verpackungen sicher sind.

Dabei geht es beispielsweise um die mögliche Migration von unerwünschten Stoffen in Füllgüter. Der zweite Aspekt betrifft die Schutzfunktion von Verpackungen für Güter wie Lebensmittel, pharmazeutische oder Kosmetikprodukte. Menschen, die sich nicht so sehr mit dem Thema beschäftigen, sind sich dieser Schutzfunktion nicht immer bewusst.

Kunststoffverpackungen erfahren wenig Wertschätzung. Zum einen wegen der Einträge in die Umwelt

und zum anderen haben die Menschen Vorbehalte in puncto Sicherheit. Was antworten Sie auf mögliche Bedenken?

Zunächst möchte ich darauf hinweisen, dass der Einsatz von Lebensmittelkontaktmaterial aus Kunststoff im Vergleich zu anderen Materialien wie Papier sehr detailliert und streng geregelt ist – sowohl auf europäischer als auch nationaler Ebene. Die europäische Lebensmittelsicherheitsbehörde setzt sehr konservative Werte an. Das heißt, das Migrationslimit – also die Grenzwerte für die erlaubten Übergänge von unerwünschten Stoffen in Lebensmittel, die von der europäischen Lebensmittelbehörde vorgegeben werden – ist sehr strikt. Dieses hat die EU-Kommission in ihre Gesetzestexte übernommen. Daher können wir definitiv sagen, dass Lebensmittelverpackungen aus Kunststoff aus wissenschaftlicher Sicht sicher sind.



Können Sie uns ein Beispiel nennen?

In der EU-Verordnung Nr. 10/2011 gibt es eine Positiv-Liste. Nur diejenigen Stoffe, die dort aufgeführt sind, dürfen für die Herstellung von Lebensmittelkontaktmaterialien aus Kunststoff eingesetzt werden.

Dort werden strenge Grenzwerte für diese Stoffe festgelegt. Cancerogene, mutagene, reproduktionstoxische (CMR) Substanzen sind für die Herstellung von Kunststoffverpackungen strengstens verboten.

Seit der Veröffentlichung der oben genannten Verordnung wurden bereits 17 Änderungsverordnungen erlassen. Dabei wurden die Vorschriften kontinuierlich verschärft. Vor kurzem wurde der Entwurf der umfangreichen 18. Änderung (sog. „Quality Amendments“) veröffentlicht, in dem noch strengere Vorschriften für Lebensmittelkontaktmaterialien aus Kunststoff von der EU-Kommission vorgeschlagen wurden.

Dennoch ist die Wahrnehmung oftmals eine andere.

Ja, denn Verbraucherinnen und Verbraucher werden häufig durch fehlerhafte Berichte in den Medien verunsichert. Ich bin Chemikerin und manchmal bin ich schon empört, welche komplett falschen Aussagen und Informationen Journalistinnen und Journalisten an die Öffentlichkeit herausgeben.

Verbraucherinnen und Verbraucher sind sehr sensibel, insbesondere hinsichtlich hormonaktiver Substanzen (endokrine Disruptoren). Bisphenol A (BPA) beispielsweise wird in den Medien oft mit Polyolefin (PE, PP) in Verbindung gesetzt. (...)

Das Interview vom 09.04.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Jana Klabunde,
Cofresco



Ich möchte nicht Teil des Problems Kunststoff, sondern Teil der Lösung sein

Jana Klabunde ist als Materialwissenschaftlerin bei der Cofresco Frischhalteprodukte GmbH & Co. KG tätig und arbeitet intensiv daran, Kunststoffmaterialien in die Kreislaufwirtschaft zu integrieren.

Cofresco ist ein führender europäischer Hersteller von Markenprodukten für Haushaltsfolien und -papiere. Das Unternehmen wurde 1996 als Joint Venture von Melitta und Dow Brands gegründet. Melitta, die „Mutter“ von Cofresco, produzierte bereits 1937 Haushaltspapiere, einschließlich Butterbrotpapier, später auch Frischhalte- und Aluminiumfolien. Seit 1996 bedient Cofresco den europäischen Markt. Die Geschäftsbereiche Frische & Geschmack sowie Müllentsorgen befinden sich in Minden, wo rund 80

Mitarbeitende tätig sind. Ein Großteil der Produkte wird seit 2016 in Brodnica, Polen, hergestellt. Dort arbeitet ein Team von etwa 700 Personen – und im nordwestlich von Birmingham gelegenen Telford sind Verwaltung und Produktion des Geschäftsbereichs Cofresco Foodservice angesiedelt, mit etwa 260 Mitarbeitenden. Im Interview spricht Jana Klabunde über Nachhaltigkeit, Innovation und warum beides nicht mit Schranken im Kopf funktioniert.

Können Sie für unsere Leserinnen und Leser kurz umreißen, welche Tätigkeiten als Material Scientist Sustainability Research zu Ihrem Alltag gehören?

In meiner Rolle geht es vor allem darum, unsere Produkte in die Kreislaufwirtschaft zu integrieren. Das umfasst unter anderem die Zertifizierung der Recyclingfähigkeit unserer Produkte, die Zusammenarbeit mit Lieferanten von alternativen, nicht-

fossilen Materialien, die Prüfung dieser Materialien auf ihre Eignung für unsere Anwendungen sowie die Beobachtung neuer Entwicklungen und Materialien aus Nachhaltigkeitsicht.



Was begeistert Sie an Kunststoffen und was macht die Kunststoffbranche aus Ihrer Sicht für Nachwuchskräfte interessant?

Man kann aktiv mitwirken! Fast egal, wo man anfängt, man ist mittendrin und kann mit Ideen, Forschergeist oder Tatendrang direkt zu Verbesserungen beitragen. Unsere Gesellschaft funktioniert nicht mehr ohne Kunststoff. Aber den Kunststoff so einzusetzen, dass er uns im Alltag und bei besonderen Herausforderungen unterstützt und trotzdem die Welt von morgen besser macht, ist eine spannende Herausforderung. Meiner Erfahrung nach wird jede helfende Hand dankend angenommen.

Was bedeuten Innovation und Transformation für Sie im Kontext von Kunststoffen, Kunststoffverpackungen und einer effizienten Kreislaufwirtschaft – und auf welchen Ebenen leistet Cofresco einen Beitrag?

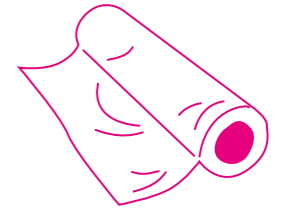
Die Kunststoffbranche bietet noch viel Raum für Innovationen. Und sie zeigt eines immer wieder: In allen Bereichen wird geforscht und es entstehen neue Lösungen. Das bedeutet nicht nur, dass neue Materialien und Technologien entwickelt

werden, sondern auch Bestehendes neu gedacht wird. Bei Cofresco sind das zum Beispiel unsere Gefrierbeutel, hergestellt mit 70 Prozent recycelten Ressourcen. Die richtige Nutzung von Gefrierbeuteln kann die Verschwendung von Lebensmitteln im Haushalt erheblich verringern und schließlich ist Lebensmittelverschwendung ein Hauptverursacher von unnötigen CO₂-Emissionen. Zusätzlich ist das Produkt fast vollständig zirkulär, obwohl wir ‚einfach nur‘ Polyethylen für die Herstellung verwenden. Der Clou: 70 Prozent des genutzten Materials wird aus recycelten Abfällen hergestellt, zum Beispiel aus der Lebensmittelindustrie oder der Papierverarbeitung. Zusätzlich ist das Produkt vollständig recycelbar, kann also als hochwertige Polyethylenfolie wieder in den Materialkreislauf eintreten.

Sie selbst sind bei Cofresco im Bereich der Forschung zum Thema Nachhaltigkeit aktiv. Was sind die aktuell spannendsten Erkenntnisse?

Cofresco forscht nicht im klassischen Sinne, wir sind selbst kein Materialhersteller. Mein Forschungsanteil umfasst eher Desk-Research und Entwicklungsprojekte. Dennoch passiert bei uns und in der Industrie viel Spannendes. Für mich aktuell der wichtigste Leitsatz: Nachhaltigkeit ist nicht schwarz oder weiß! Das sehe ich im Alltag aber auch auf Konferenzen oder Messen immer wieder in aller Deutlichkeit. Deshalb haben wir auch Frischhaltefolie, hergestellt mit recycelten Ressourcen, und

direkt daneben wiederverwendbare Bienenwachstücher im Regal. Je nach Anwendung und Zielgruppe kann das ein oder das andere nachhaltiger sein.



Haushalts- und Lebensmittelrollen sind nicht als Verpackung deklariert und werden daher nicht im Gelben Sack, sondern in der Wertstofftonne entsorgt. Können Sie erklären, warum das so ist? Welche Auswirkung hat das auf die Recycling-Prozesse?

Produkte wie Frischhaltefolie oder Aluminiumfolie, die für den Hausgebrauch erworben werden, sind keine Verpackungen, sondern gelten als Haushaltsprodukt. Das steht im Gegensatz zum Beispiel zu einer Frischhaltefolie, die im Supermarkt zum Einpacken von Waren an der Käsetheke verwendet wird und damit eine Verpackung darstellt. (...)

Das Interview vom 23.07.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Über „Die Kunststoffverbesserer“ Sie sind die aufstrebenden Talente in der Welt der Kunststoffverpackungen – jung, ambitioniert und mit Lust auf Transformation. Sie entwickeln neue Produkte, stehen für eine veränderte Unternehmenskultur und prägen die Branche maßgeblich, obwohl sie erst am Anfang ihrer Karriere stehen. Deshalb widmet die IK ihnen mit der Interview-Serie „Kunststoffverbesserer“ ein eigenes Format.

Erwartungen an die Kreislaufwirtschaft

„Ich bin überzeugt davon, dass wir zu einer Kreislaufwirtschaft kommen werden. Diese wird jedoch technologischen Fortschritt, Sprunginnovationen und Transformation in den verschiedenen Bereichen benötigen. Dafür wünsche ich mir von der Gesetzgebung Innovationsoffenheit ohne Scheuklappen.“



Gabriele Hässig, Procter & Gamble

Erwartungen an die Kunststoffindustrie

„Den Weg, den die Kunststoffindustrie hierzulande eingeschlagen hat, geht in die richtige Richtung. Man darf nur nicht nachlassen, auch wenn der Weg noch länger ist. Wir könnten Tempo brauchen. Die Industrie könnte die Politik auch herausfordern und schneller vernünftige Rahmenwerke fordern. Denn gerade im internationalen Wettbewerb, benötigen Unternehmen auf EU-Ebene eine Regulierung, die Klarheit schafft.“



Heike Vesper, WWF

„Circular Economy ist der Schlüssel, um innerhalb der Grenzen eines Planeten zu leben und zu arbeiten. Die meisten Probleme für den CO2-Fußabdruck und den Biodiversitätsverlust lassen sich lösen, indem ein zirkuläres Wirtschaften etabliert wird. Das ist ein weiter Weg, den wir in Etappen gehen müssen.“



Heike Vesper, WWF

„Die Industrie muss die notwendigen Lösungen anbieten. Das gelingt jedoch nur, wenn Kunden die Lösung auch als solche erkennen. Um die Branche nachhaltiger zu machen, braucht es also ein Zusammenspiel aller Akteure. Einer allein kann diese Aufgabe nicht bewältigen.“



Jonathan Kort, Storopack

„Die Kreislaufwirtschaft wird in Deutschland sehr vom Abfall her definiert. Wir trösten uns damit, dass wir unseren Abfall trennen und sammeln, aus dem dann schon irgendetwas Neues entsteht. Mit diesem Verständnis von Kreislaufführung kann man zwar Symptome bekämpfen, aber nicht die Ursachen. [...] Über die planetaren Grenzen haben wir Eckpfeiler gesetzt bekommen innerhalb derer wir uns bewegen müssen. Wir können es uns nicht leisten, dass wir diese Grenzen noch länger überschreiten.“



Tom Ohlendorf, WWF

„Ich glaube, dass die Kunststoffbranche gerade in einer enormen und nie zuvor da gewesenen Transformation steckt. Schlagworte wie Nachhaltigkeit, Klimaneutralität oder Kreislaufwirtschaft sind keine leeren Marketingfloskeln mehr. Vielmehr arbeiten alle Unternehmen an disruptiven Konzepten und Strategien, um für sich eine Marktvorherrschaft in gewissen Bereichen zu erlangen.“



Heinz-Henning Seute, LH-Plastics GmbH

„Es ist wichtig, Kunststoff aus der Umwelt fernzuhalten und Produkte mit möglichst geringem oder perspektivisch gar keinem CO2-Fußabdruck herzustellen. Kunststoff-Rezyklat hat einen geringeren CO2-Fußabdruck als Neukunststoff und senkt somit die CO2-Bilanz der Produkte. Ziel sollte eine Cradle-to-Cradle-Kreislaufwirtschaft sein, wie es im Kupferrecycling bereits Wirklichkeit ist.“



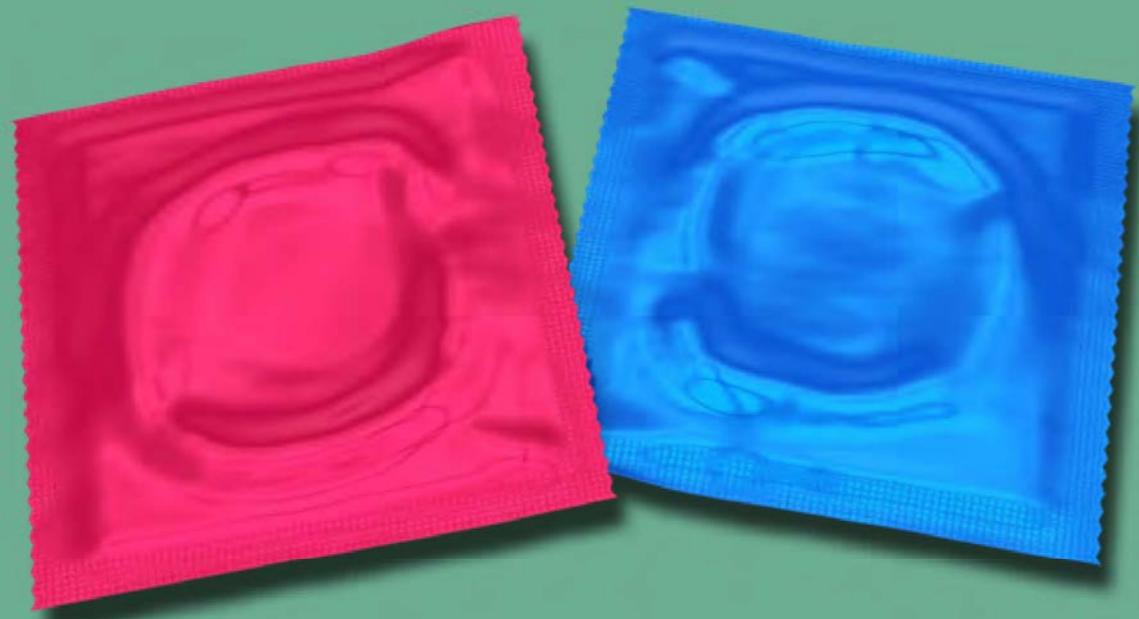
Marvin Pfeiffer, Sinox Polymers

„Gerade vor dem Hintergrund der Packaging & Packaging Waste Regulation (PPWR) wird unsere Branche auf den Kopf gestellt, es sind viele grundlegende Änderungen geplant. [...] Es wird alles hinterfragt und neu evaluiert. Dadurch hat man aber auch viel Freiraum für neue Ansätze und Denkweisen, die Unternehmen in dieser Zeit brauchen. [...] Die Branche braucht neue, junge Köpfe, die Dinge kritisch angehen und anders denken. ‚Das haben wir schon immer so gemacht‘ funktioniert nicht mehr in der heutigen Zeit.“



Eva-Maria Walter, ETIMEX Primary Packaging GmbH

Geht ohne?



Plastik, Glas, Papier, unverpackt – wozu greifst Du?

Du sagst: Kein Plastik. Wir denken: Du solltest Dich differenzierter mit Verpackungsmaterialien beschäftigen, es lohnt sich.

Teste Dein Wissen, urteile faktenbasiert und mache durch kleine Alltagsentscheidungen einen echten Unterschied: Mit Deiner Wahl beeinflusst Du Umwelt- und Klimaschutz, den Erhalt des Produkt- und Verbraucherschutzes sowie der Hygiene- und Versorgungsstandards.

Sicher mit!



<https://wozu-greifst-du.de/>

Tom Ohlendorf,
WWF



Die Zeit ist vorbei, in der einer auf den anderen zeigt

Die Performance von Kunststoffen ist hoch. Warum haben wir ein so schlechtes Bild von Kunststoff?

Insbesondere Kunststoffverpackungen sind zu einem gesellschaftlich, politisch und ökologisch hochrelevanten Thema geworden. Der Diskurs fokussiert dabei u.a. auf die Endlichkeit der petrochemischen Ressource, Toxizitätsaspekte vor allem aber auf die Verschmutzung von Gewässern und der Natur durch Kunststoffabfälle. Gelangen die Verpackungen in die Umwelt, belasten sie Tiere, Menschen und Ökosysteme. Wir alle kennen die alarmierenden Berichte über verschmutzte

Strände und riesige Mengen an Kunststoff in den Ozeanen. Daher ist es kaum verwunderlich, dass Kunststoffe mittlerweile eine unrühmliche Sonderstellung einnehmen.

Deutschland verfügt zwar über geeignete Strukturen im Hinblick auf Sammlung, Sortierung und Recycling, dennoch stellen auch hier viele Kunststoffverpackungen und Verbände eine ökologische Herausforderung dar. Eine vom WWF in Auftrag gegebene Studie kommt zu dem Ergebnis, dass Kunststoffverpackungen zu rund 90 Prozent aus Neukunststoff gefertigt werden, ein Großteil nach Gebrauch überwiegend thermisch verwertet, sprich verbrannt wird. Zudem werden nur

6 Prozent der PCR-Rezyklate wieder zu neuen Verpackungen. Ergo: Trotz hoher Sammel- und Recyclingquoten ist auch das deutsche Kunststoffsystem derzeit linear – von einer Kreislaufwirtschaft für Kunststoff sind wir weit entfernt.



Was können Industrie, Politik, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie NGOs tun, um dieses zu ändern, Brücken zu bauen oder Verhaltensweisen anzupassen?

TOM OHLENDORF

ist als Senior Manager Circular Economy focus on Packaging Experte für Verpackungen bei der Naturschutzorganisation WWF. Seine Arbeitsschwerpunkte sind die strategische und inhaltliche Betreuung des Themenfeldes Verpackung, das ein wichtiger Sektor im „Wirtschaft- und Märkte-Team“ beim WWF ist. Darüber hinaus ist er zuständig für die strategische Betreuung und transformative Zusammenarbeit mit Unternehmen. Außerdem bearbeitet er inhaltliche Fragen zu produkt- sowie materialrelevanten Fragestellungen und erarbeitet Positionspapiere und begleitet politische Prozesse.

Für eine fachlich fundierte und ökologisch ausgerichtete Diskussion braucht es einen ehrlichen Dialog und eine offene Kommunikation, in denen neben den vielen Vorteilen von Kunststoffen auch deren negative – tatsächlichen und potenziellen – Auswirkungen in Betracht genommen werden.

Den Akteurinnen und Akteuren im Ökosystem Kunststoff werden in der Diskussion zu Klimaschutz und Klimazielen ganz unterschiedliche Verantwortungsbereiche und Themenschwerpunkte zugeordnet. Wie grenzen Sie die Verantwortungsbereiche von Politik, Verbraucherinnen und Verbrauchern, der Branche und auch den Recyclern im Themenumfeld Kunststoff gegeneinander ab? Wo gibt es gemeinsame Verantwortungsbereiche?

Vorherrschende Herausforderungen liegen in unserer Verantwortung und können nur mittels systemischer Veränderungen unseres Wirtschaftens und Konsumierens angegangen werden. Dies kann nur im Zusammenwirken aus Politik, wirtschaftlichen Akteuren entlang ganzer Wertschöpfungsketten und der Zivilgesellschaft formuliert und umgesetzt werden.

Die Politik muss eine ganzheitliche Vision aufzeigen, daraus eine umfassende Strategie ableiten sowie entsprechende verbindliche Rahmenbedingungen schaffen und

selbst als Vorbild agieren. Rahmenbedingungen müssen weitsichtig ambitioniert, aber auch realisierbar sein und Planungs- und Investitionssicherheit für die Wirtschaft geben.

Die Branche muss eine noch stärkere Verantwortung für die von ihnen in Verkehr gebrachten Produkte übernehmen und intelligenter und ressourcensparender produzieren, beispielsweise durch den Aufbau zirkulärer Geschäftsmodelle oder durch verbesserte Ansprachen der Verbraucherinnen und Verbraucher.

Auch wir Verbraucherinnen und Verbraucher müssen unser Konsumverhalten drastisch ändern. Wir müssen verstehen, dass wir Teil der Lösung sind und es nur gemeinsam mit uns funktioniert. Das bedeutet, dass wir bewusster einkaufen und uns immer wieder hinterfragen, ob wir dieses Produkt oder diese Verpackung wirklich brauchen. Wir müssen verstehen, was es mit zirkulären Produkten auf sich hat, müssen diese verstärkter nutzen und im Zweifel auch einfordern. Denn das beste Mehrwegprodukt führt zu nichts, wenn es schlecht angeboten im Laden steht oder wir es nur über einen kurzen Zeitraum verwenden.

Bei dem Entwurf der Packaging & Packaging Waste Regulation (PPWR)

Der **World Wide Fund For Nature (WWF)** gehört zu den weltweit wichtigsten Umweltschutz-Organisationen. Dabei ist der WWF Deutschland selbständiger Teil der internationalen Naturschutzorganisation. Der WWF will die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben.

geht es um Reduktionsziele für Kunststoffe und Mehrwegquoten für Kunststoffe. Wie stehen Sie zu den Vorschlägen?

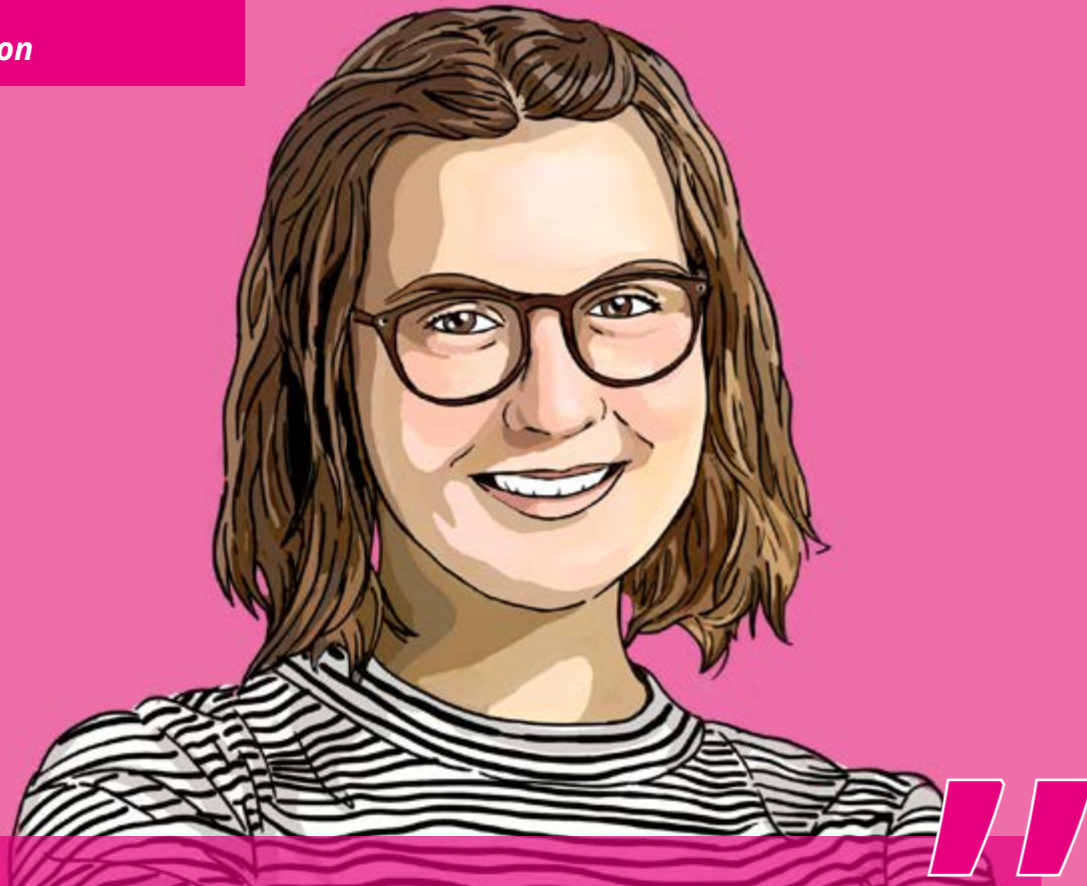
Wir als WWF begrüßen, dass es die PPWR gibt. Die Grundrichtung stimmt. Es ist uns sehr wichtig, dass die Vorgaben jetzt nicht noch weiter verwässert werden.

Die PPWR betrachtet den gesamten europäischen Markt. Laut der EU-Kommission enthalten gerade Kunststoffverpackungen noch einen sehr geringen Anteil an Rezyklaten. Und auch das Vorhandensein von Mehrwegsystemen ist im europäischen Raum und auch in Deutschland noch ausbaufähig. Die PPWR setzt aber ja auch noch andere Anforderungen an Kunststoffverpackungen, wie Recyclingfähigkeit und PCR-Einsatz. Harmonisierte Vorgaben für Kunststoffe sind ein erster wichtiger Schritt in die richtige Richtung, um europaweit beispielsweise Mehrwegsysteme aber auch eine ressourcensparende Gestaltung von Kunststoffverpackungen voranzutreiben. Gleichwohl müssen wir, wo möglich, ungewollte Ausweicheffekte in andere Fraktionen vermeiden, weswegen alle relevanten Materialien in der PPWR berücksichtigt werden müssen. (...)

Das Interview vom 18.10.2023 in voller Länge finden Sie hier:



Lea Körber,
BellandVision



Es kann nicht genug
motivierte und
innovative Köpfe geben

Als Circular Consultant bei BellandVision berät Lea Körber Händler und Markenartikler, wie sie ihre Verpackungen so optimieren können, dass diese sich gut sortieren und recyceln lassen, um sie im Kreislauf zu halten.

Schon während ihres Studiums zur Verpackungstechnikerin hat sie sich auf die Schwerpunkte Nachhaltigkeit und Abfallwirtschaft fokussiert. Die Studieninhalte haben sie dann darin bestärkt, sich einen „Job mit Sinn“ zu suchen und so hat sie sich bei Deutschlands größtem dualen System, BellandVision, beworben. Das ist mittlerweile zweieinhalb Jahre her. Heute gehört das Monitoring und die Bewertung innovativer

Verpackungsentwicklungen zu ihrem täglichen Doing. Dadurch ist sie in der Lage, Kunden fundiert zu beraten, wie sie ihre Verpackungen gut für die Zukunft aufstellen und aufgrund der verbesserten Recyclingfähigkeit mehr hochwertige Rezyklate hergestellt werden können.

Frau Körber, was begeistert Sie an Kunststoffen

und was macht die Kunststoffbranche aus Ihrer Sicht für Nachwuchskräfte so interessant?

Kunststoffe sind vielseitig einsetzbar und können uns das tägliche Leben erleichtern. Sei es durch den Einsatz in Möbeln und Kleidung oder eben in Verpackungen, um beispielsweise Lebensmittel effizient zu transportie-

ren und vor Verderb zu schützen. Im Bereich der Kunststoffverpackungen gibt es viele positive Entwicklungen. Angesichts der Komplexität und der Vielzahl an Packmitteln aus Kunststoff sehe ich aber weiterhin großen Optimierungsbedarf, Recyclingkreisläufe weiter zu schließen. Ich glaube, hier kann es gar nicht genug motivierte und innovative Köpfe geben, die sich für eine bessere Zukunft und Ressourcenschonung einsetzen.

Sie setzen sich ganz besonders dafür ein, Verpackungen im Sinne der Recyclingfähigkeit nachhaltiger zu gestalten. Welche Trends oder Verpackungsinnovationen beobachten Sie?

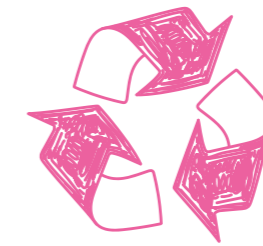
In Gesprächen mit Verbraucherinnen und Verbrauchern, Packmittelherstellern und Inverkehrbringern wird deutlich, dass Ressourcenschonung durch Recycling und der Einsatz von Rezyklat an Bedeutung gewinnen. Im Vergleich zu früher sind deshalb nicht mehr nur Transport, Marketing und Schutz als Verpackungsfunktion wichtig, sondern es wird stetig an nachhaltigen Verpackungslösungen gearbeitet, um die Recyclingfähigkeit zu optimieren. Ein klarer Trend ist die Umstellung von nicht recyclingfähigen Multi-Materialkombinationen hin zu Monomaterialverpackungen. Damit der Produktschutz weiterhin gewährleistet ist, werden beispielsweise Barriere-Lacke gegen Sauerstoff entwickelt, welche die Recyclingfähigkeit nicht beeinträchtigen.

BellandVision ist aktives Mitglied im Forum Rezyklat, Sie engagieren sich hier sehr stark. Warum sind Rezyklate für Sie der Schlüssel zu einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft und zu mehr Nachhaltigkeit?



Rezyklate sind das Resultat einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft. Nur durch die Zusammenarbeit aller Akteure entlang des Wertschöpfungskreislaufes, wie sie auch unter den Mitgliedern im Forum Rezyklat vertreten sind, können Kreisläufe geschlossen werden. Im Forum Rezyklat arbeiten wir in verschiedenen Themenbereichen zusammen wie zum Beispiel bei Design for Recycling oder der Evaluation von Verwertungstechniken. Ziel ist es, die Verfügbarkeit von hochwertigen Rezyklaten zu steigern.

Rezyklate sind das Resultat einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft. Nur durch die Zusammenarbeit aller Akteure entlang des Wertschöpfungskreislaufes, wie sie auch unter den Mitgliedern im Forum Rezyklat vertreten sind, können Kreisläufe geschlossen werden. Im Forum Rezyklat arbeiten wir in verschiedenen Themenbereichen zusammen wie zum Beispiel bei Design for Recycling oder der Evaluation von Verwertungstechniken. Ziel ist es, die Verfügbarkeit von hochwertigen Rezyklaten zu steigern.



Im Fachpaket „Technologie und Recyclingfähigkeit“ des Forum Rezyklat leiten Sie die Arbeitsgruppe zum PET-Schalen-Recycling. Welche Herausforderungen gibt es hier?

Große Herausforderungen beim PET-Schalen-Recycling bestehen in der Kommunikation zwischen den Akteuren entlang des Wertschöpfungskreislaufs und deren Investitionsbereitschaft. Nur wenn die her-

gestellten Schalen mehr den Design for Recycling-Vorgaben entsprechen, sind Sortieranlagenbetreiber in der Lage, diese zu verwerten und es können mehr Recyclingkapazitäten geschaffen werden. Den Problemstellungen sind sich die Marktakteure langsam bewusst und es müssen Abhängigkeiten und Investitionshemmnisse abgebaut werden. Die Technologien stehen bereits in den Startlöchern, sie müssen jetzt nur noch eingesetzt werden. Im Forum Rezyklat versuchen wir genau das, indem wir die relevanten Akteure an einen Tisch zusammenbringen und Handlungsempfehlungen entwickeln.

Grundbaustein für Kreislaufwirtschaft legen

Die Entwicklung von Verpackungen ist komplex, da viele verschiedene Anforderungen erfüllt werden müssen, zum Beispiel an die Logistik, den Produktschutz oder die Warenpräsentation. Hier herrscht oft ein Zielkonflikt. Die zusätzliche Anforderung der nachhaltigen Verpackungsgestaltung erleichtert dies nicht, insbesondere, da sich das Recycling je nach Verpackungsmaterial unterscheidet(...)

Das Interview vom 10.07.2024 in voller Länge finden Sie hier:



Über „Die Kunststoffverbesserer“ Sie sind die aufstrebenden Talente in der Welt der Kunststoffverpackungen – jung, ambitioniert und mit Lust auf Transformation. Sie entwickeln neue Produkte, stehen für eine veränderte Unternehmenskultur und prägen die Branche maßgeblich, obwohl sie erst am Anfang ihrer Karriere stehen. Deshalb widmet die IK ihnen mit der Interview-Serie „Kunststoffverbesserer“ ein eigenes Format.

Dein Kunststoff - das Informi x +


dein-kunststoff.de

Suche suchen

KONTAKT DE

DEIN KUNSTSTOFF

NEUES ZUKUNFT NACHHALTIGER KREISLAUF ANTWORTEN UND FRAGEN INITIATIVE K-SPEZIAL



**Das bisschen Haushalt -
Kunststoffe als Haushaltshilfe**

DEIN KUNSTSTOFF

WILLKOMMEN BEI „DEIN KUNSTSTOFF“

Kunststoffe ermöglichen uns mehr, als wir ahnen. Sie schonen Ressourcen, sparen Energie und schützen das Klima. Aber Kunststoff kann auch problematisch sein – wenn wir Menschen nicht richtig mit ihm umgehen: Sorglose Nutzung und oft schlicht falsche Entsorgung haben zu nicht akzeptablen Umweltproblemen geführt. Aber: Politik, Industrie und auch wir arbeiten aktiv an Lösungen.

Knappe Ressourcen und der Klimawandel zwingen uns alle zum Umdenken. Weg von der




Richtig aufbewahrt heißt weniger Abfall

Frischhaltedosen halten unsere Lebensmittel länger frisch. Macht Sinn, aber wie geht das eigentlich? Möglich macht das nicht nur die bunte, glatte Oberfläche der eigentlichen Box. Die besonderen Kunststoff-Verschlüsse sorgen für die notwendige Dichtigkeit und sind alternativlos. Dadurch sind Nahrungsmittel vor Bakterien geschützt.

Sauber, luftdicht und hygienisch aufbewahrt, bleiben Cerealien lange haltbar. Frische Lebensmittel oder Essensreste vom Vortag lassen sich in der Frischhaltedose tiefkühlen, um sie später zu essen.

Auch die zuhause vorbereitete Mahlzeit ist mit den passenden Food Containern problemlos in der Tasche verstaubar. Das Essen lässt sich später einfach darin in der Mikrowelle – die übrigens auch zu großen Teilen aus Kunststoff besteht – erwärmen. Verletzungsgefahr besteht übrigens nicht, denn der stoß- und schlagfeste Kunststoff ist nahezu unzerbrechlich.



Hier findet man regelmäßig neue Informationen zu Kunststoffen, ihren vielfältigen Anwendungsgebieten, ihrer nachhaltigen Nutzung und zu spannenden Innovationen!



<https://dein-kunststoff.de/>

Impressum

IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e. V.
Kaiser-Friedrich-Promenade 43
61348 Bad Homburg

Vertreten durch

Roland Straßburger
Präsident

Verantwortlich

Mara Hancker
Geschäftsführerin Kommunikation

Konzept und Umsetzung

Fink & Fuchs AG

Kontakt

Telefon: 0 61 72 / 92 66 01

Telefax: 0 61 72 / 92 66 70

E-Mail: info@kunststoffverpackungen.de



IK Industrievereinigung
Kunststoffverpackungen e.V.