

# NACHHALTIGE VERPACKUNGSKONZEPTE

WIE SIE SICH MIT ÖKOLOGISCHEN VERPACKUNGSLÖSUNGEN MARKTVORTEILE SICHERN



## IN DIESEM WHITEPAPER ERFAHREN SIE:

- weshalb es sich jetzt lohnt, Ihre Verpackungen nachhaltig zu gestalten
- welche strategischen Ansätze den Umstieg auf umweltgerechte Verpackungen ermöglichen

## INHALTSVERZEICHNIS

|  |               |
|--|---------------|
| <b>EINLEITUNG .....</b>  | <b>3</b>      |
| Zukunftsthema Nachhaltigkeit .....                               | 3             |
| <br><b>ZAHLEN &amp; FAKTEN .....</b>                             | <br><b>5</b>  |
| Gesetzliche Vorgaben .....                                       | 5             |
| Erwartungen der Verbraucher .....                                | 6             |
| <br><b>NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN .....</b>                 | <br><b>8</b>  |
| Strategische Ansätze .....                                       | 8             |
| 1. „Refuse“ – Verzicht auf Verpackungen .....                    | 9             |
| 2. „Reduce“ – Verpackungsmaterialien reduzieren.....             | 10            |
| 3. „Renew“ – Auf nachhaltige Rohstoffe setzen .....              | 11            |
| 4. „Recycle“ – Recyclingquote erhöhen.....                       | 12            |
| 5. „Reuse“ – Wiederverwendung.....                               | 13            |
| <br><b>NACHHALTIGES VERPACKUNGSDESIGN .....</b>                  | <br><b>14</b> |
| Nachhaltigkeit als USP .....                                     | 14            |
| <br><b>FAZIT .....</b>   | <br><b>16</b> |
| Marktvorteile sichern durch nachhaltige Verpackungslösungen..... | 16            |
| Ihr Ansprechpartner .....  | 16            |

## EINLEITUNG

# ZUKUNFTSTHEMA NACHHALTIGKEIT

Die Themen Umwelt und Klima rücken zunehmend in den gesellschaftlichen Diskurs. Vor allem jüngere Generationen machen Nachhaltigkeit zu einem **zentralen Anliegen** – mit Auswirkungen auf alle Industriezweige.

Verbraucher treffen immer öfter bewusst umweltfreundliche Entscheidungen, wenn sie ihren Einkaufswagen füllen. **Unnötige Plastikverpackungen im Supermarkt lösen bei Kunden sofort negative Assoziationen aus.**

Die Öffentlichkeit fordert nachhaltige Lösungen, vor allem von der Verpackungsindustrie. Ökologisch nachhaltig konzipierte Produkte werden herkömmlichen Alternativen vorgezogen, selbst wenn diese qualitativ überzeugender sind.

Besonders jüngere Zielgruppen fragen verstärkt nach den Umweltauswirkungen von Konsumgütern und akzeptieren neue Produkte nur, wenn deren Umweltbelastung gering ausfällt.

Doch es sind nicht nur Verbraucher, die diese Veränderungen in die Wege leiten. Auch der Gesetzgeber legt in regelmäßigen Abständen neue Standards fest. Produkte müssen beispielsweise bestimmte **Recyclingquoten** erreichen, um dem **Verpackungsgesetz** zu entsprechen.

EU-weit sollen ab 2021 alle Plastikprodukte, für die es sinnvolle Alternativen gibt, verboten werden. Und die Vorgaben werden ständig verschärft.



## EINLEITUNG

# ZUKUNFTSTHEMA NACHHALTIGKEIT



Deswegen macht es Sinn, frühzeitig auf **effiziente und nachhaltige Verpackungskonzepte** umzusteigen. Nicht nur, um im Einklang mit aktuellen Gesetzen zu wirtschaften, sondern auch weil die Kunden bewusst auf solche Verpackungslösungen zurückgreifen.

**Nachhaltigkeit als entscheidendes Verkaufsargument** oder Alleinstellungsmerkmal ist in ihrer Wirkung nicht zu unterschätzen.

Die Verpackungsbranche hat die Chance erkannt und beginnt, immer mehr intelligente und nachhaltige Verpackungslösungen zu entwickeln.

**Wenn auch Sie sich dafür interessieren, neue Verpackungsmöglichkeiten zu realisieren, liefert Ihnen dieses Whitepaper wertvolle Anregungen.**

Sie erfahren außerdem, warum sich eine strategische Vorgehensweise hinsichtlich Ihrer Verpackungslösungen bezahlt macht und wieso nachhaltige Entwicklungen zukünftig unvermeidbar sein werden.

## ZAHLEN & FAKTEN

# GESETZLICHE VORGABEN

Umweltschädliche Verpackungen und zunehmender Plastikmüll sind ein kontroverses Thema, das immer mehr diskutiert wird. Die Verbraucher drängen Gesetzgeber und Hersteller dazu, Plastikmüll und nicht recycelbare Materialien zu reduzieren.



Es werden immer mehr Regulierungen und Gesetze zum Thema Umweltschutz eingeführt, in der Hoffnung, der Vermüllung entgegenzuwirken. Um einer klimafreundlichen Zukunft näher zu kommen, werden **EU-weit konkrete Ziele festgelegt**.

Zum Beispiel sollen **bis 2025** mindestens 55 % der Haushaltsabfälle wiederverwendet und recycelt werden. Und um dieses Ziel zu erreichen, wurden auch offizielle Recyclingquoten im Verpackungsgesetz festgelegt. **Ab 2022** müssen mindestens 63 % einer Kunststoffverpackung recycelbar sein.

Für Eisenmetalle liegt die Quote sogar bei 90 %. Genau wie für Aluminium, Glas und Papier. Für Getränkekartons liegt die Quote **ab 2020** bei 80 %.

Die Recyclingquoten wurden innerhalb weniger Jahre drastisch erhöht. Hersteller und Firmen sind gezwungen, diesen Standards gerecht zu werden – und zwar besser früher als später.

## ZAHLEN & FAKTEN

# ERWARTUNGEN DER VERBRAUCHER

Denn auch die Verbraucher entscheiden sich vermehrt für nachhaltige Hersteller. In der Verbraucherstudie „Global Sustainability Imperative“ von Nielsen aus dem Jahr 2015 wurden Kunden zu den Hintergründen ihrer Kaufentscheidung befragt.

Ein Großteil der Befragten gab an, dass Qualität, Zutaten und allgemeines Vertrauen die wichtigsten Faktoren beim Kauf seien. Für 45 % der Befragten war das **umweltfreundliche Image des Herstellers** wichtig, und 41 % achteten besonders auf die **Nachhaltigkeit der Produktverpackung**, wenn sie eine Kaufentscheidung trafen. Aus Sicht der Verbraucher liegt die Verantwortung für die Reduzierung von Verpackungsmüll also eindeutig beim Unternehmen.

Wie schnell sich der **Trend zum nachhaltigen und umweltbewussten Konsum** entwickelt, lassen folgende Zahlen erahnen:

- Noch 2015 stuften nur 16 % der Befragten einer Onlineumfrage das Thema Recycling als „sehr wichtig“ ein. 18 % bewerteten es nur als „wichtig“.
- 2018 waren es bereits ganze 41 %, die mit „sehr wichtig“ antworteten, und weitere 48 %, die „wichtig“ angaben. 2015 noch bewerteten 61 % der Befragten Recycling als „völlig unwichtig“. 2018 waren es nur noch 1 %.



## ZAHLEN & FAKTEN

# ERWARTUNGEN DER VERBRAUCHER

Die Themen Umweltschutz und nachhaltige Verpackungslösungen sind also **keinesfalls nur ein vorübergehender Trend**. Das Verbraucherverhalten bestimmt die politische Agenda der etablierten Parteien, die in der Folge Gesetze und Vorgaben auf den Weg bringen, die das Produktionsverhalten der Industrie direkt beeinflussen.



**Die Zukunft gehört den Herstellern, die sich frühzeitig anpassen und effiziente Produktlösungen finden.**

80 % aller Verbraucher würden für nachhaltige Verpackungslösungen nach eigenen Angaben sogar bis zu 10 % mehr bezahlen als für vergleichbare Produkte in herkömmlichen Plastikverpackungen.

Die korrekte Verwendung von nachwachsenden Rohstoffen und recyclingfähigen Verpackungen wird sich auch wirtschaftlich lohnen.

## NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

# STRATEGISCHE ANSÄTZE



Beschäftigen wir uns also mit Verpackungsoptionen, die tatsächlich eine Zukunft haben. Ganz wichtig dabei ist es, **keine Insellösungen** zu treffen.

Wirtschaftlich sinnvoll ist es, auf breit **abgestützte Produktinnovationen** zu setzen, da die Kosten hier nicht nur besser kalkuliert werden können, sondern mit Sicherheit auch weniger hoch ausfallen.

**Weniger ist mehr:** Das gilt insbesondere auch für Verpackungen. Der Fokus muss primär darauf liegen, so wenig Verpackungsmüll wie möglich zu produzieren. Und die dann noch notwendige Verpackung gilt es, möglichst ressourcenschonend und umweltverträglich zu produzieren.

**Um dieses Ziel zu erreichen, gibt es verschiedene strategische Ansätze.**

## NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

# 1. „REFUSE“ – VERZICHT AUF VERPACKUNGEN

Verpackten Produkten komplett aus dem Weg zu gehen, ist ein Ansatz, dem viele umweltbewusst orientierte Menschen bereits folgen. Dieses Konzept nennt sich „**No waste**“.

Hier geht es primär darum, gar nichts zu kaufen, was überhaupt verpackt ist. Damit soll den erschreckenden 227,5 kg Verpackungsmüll entgegen-gewirkt werden, die jeder Deutsche durchschnittlich im Jahr verursacht.

Natürlich ist es heute immer noch sehr schwer, keine einzige Verpa-ckung zu verbrauchen. Vor allem Flüssigseifen, andere Hygieneartikel oder leicht verderbliche Produkte kommen meist nicht ohne eine schützende Hülle aus.



Trotzdem steigt die Kundschaft von sogenannten **Unverpacktläden** stetig an, denn es gibt keinen vernünftigen Grund, Obst, Gemüse, Nudeln oder Hülsenfrüchte in separaten Plastikverpackungen zum Verkauf anzubieten.

Doch selbst im Unverpacktgeschäft kommen Verpackungen und Container zum Einsatz. Die Devise hierbei ist jedoch, statt umweltschädlicher Verpackungen lieber „besseren“ Abfall zu produzieren, sprich: **ressourcenschonenden und gut wiederverwertbaren Abfall.**

## NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

# 2. „REDUCE“ – VERPACKUNGSMATERIALIEN REDUZIEREN

Eine der Hauptstrategien für nachhaltige Verpackungen ist die **Verringerung, vor allem von Kunststoffen und Aluminium.**

Dabei geht es oftmals nicht um den vollständigen Ersatz der ursprünglichen Verpackungsweise. „Reduce“ steht für die Möglichkeit, die verfügbaren Materialien **effizienter einzusetzen.**

Mit einer **Reduce+ Verpackung** kann der Kunststoffverbrauch zum Beispiel um 15 bis 40 % reduziert werden. Und das allein mithilfe einer innovativen Gitterstruktur und einem vollflächig bedruckbaren Kartondeckel aus nachwachsenden Rohstoffen.

Eine Verringerung der Rohstoffe trägt bereits erheblich zur Nachhaltigkeit bei.

Wie einfach sich der Kunststoffanteil in der Verpackung reduzieren lässt, machen einige Nudelhersteller vor, die auf das Plastiksichtfenster im Verpackungskarton verzichten.



## NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

### 3. „RENEW“ – AUF NACHHALTIGE ROHSTOFFE SETZEN

Bei diesem Ansatz geht es darum, Verpackungen aus Materialien herzustellen, die möglichst nur aus **nachwachsenden Rohstoffen** bestehen.

Damit sollen endliche Ressourcen geschont werden. Nachwachsende Rohstoffe weisen eine wesentlich **bessere Umweltbilanz** auf und erfüllen ihren Zweck meist genauso gut wie Kunststoffe.



So werden etwa für die Schlemmerfilets von Frosta neue PET-beschichtete Pappschalen eingesetzt. Diese dienen als Ersatz für die gewöhnlichen Aluminiumschalen. Diese positive Veränderung beeinträchtigt die Funktion des Produkts keineswegs.

Das Filet kann weiterhin in der Mikrowelle zubereitet werden – mit dem entscheidenden Unterschied, dass die Verpackung nun mithilfe von Altpapieraufbereitung erneuert werden kann.

## NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

# 4. „RECYCLE“ – RECYCLINGQUOTE ERHÖHEN

Wie bereits erwähnt, ist es wichtig, die **Recyclingquote** eines Produkts so hoch wie möglich zu gestalten. Die eingesetzten Materialien sollten zu funktionsgleichen Neuprodukten verarbeitet werden können. Hierbei ist vor allem wichtig, dass bedrucktes und unbedrucktes Polyethylen nicht vermischt wird.

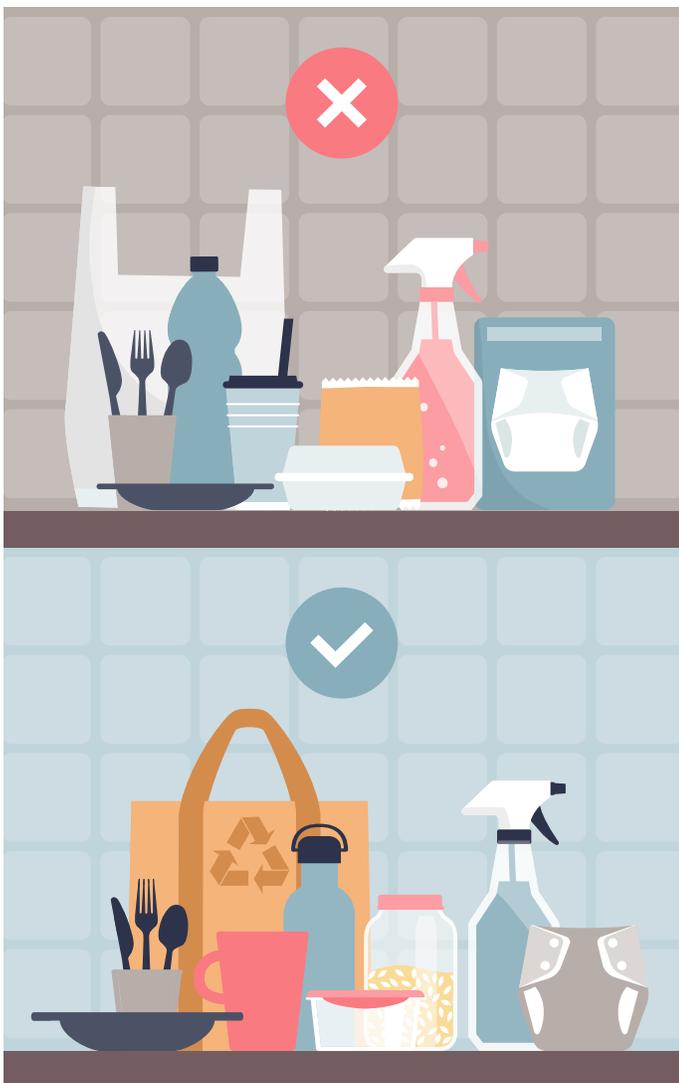
Beispielhaft hierfür ist das Vollwaschmittel Frosch Citrus. Bei diesem Produkt kommt ein ablösbares Label zum Einsatz. Dadurch bleibt die innere Schicht vollkommen unbedruckt. Die beiden Schichten lassen sich leicht trennen und verhindern damit eine Verunreinigung des Recyclats.



## NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

# 5. „REUSE“ – WIEDERVERWENDUNG

Die Herstellung eines neuen Produkts erfordert eine Menge Materialien und Energie. Deswegen ist es besonders nachhaltig, eine Verpackung wiederholt zu verwenden: je öfter, desto besser. Dies schont natürliche Ressourcen. Mit der „**Reuse**“-Strategie kann sowohl die Umwelt geschont als auch Geld gespart werden.



So sind etwa **Mehrwegflaschen** die mit Abstand umweltfreundlichsten Getränkeverpackungen. Eine **Glasflasche** lässt sich über 50-mal verwenden (eine PET-Flasche immerhin noch 25-mal).

Ökologisch ist das System auch deshalb, weil keine langen Transportwege entstehen, wenn ein nahe gelegener Abfüller die leeren Flaschen wieder füllt.

Trotz dieser Vorteile ist das **1969 eingeführte deutsche Pfandsystem** inzwischen fast überholt. Das Hauptproblem dabei ist, dass es für den Verbraucher keinen erkennbaren Unterschied zwischen Einweg- und echten Mehrwegverpackungen mehr gibt, denn beide sind Pfandflaschen, wobei Glas- und PET-Mehrwegflaschen nur noch knapp 50% ausmachen.

An diesem Beispiel zeigt sich sehr pointiert, wie wichtig es ist, die Nachhaltigkeit bzw. **Umweltfreundlichkeit einer Verpackung ganz deutlich an den Kunden zu kommunizieren**. Denn dies kann durchaus den Ausschlag bei der Kaufentscheidung geben.

# NACHHALTIGKEIT ALS USP

Richtig konzipierte Verpackungsoptionen können die Nachhaltigkeit der Produkte eines Unternehmens gravierend verbessern. **Dank der ökologisch nachhaltigen Verpackungen verbessert sich aber nicht nur die Klimabilanz eines Unternehmens, sondern auch das Image.** Und es lohnt sich, jetzt schon auf nachhaltige Verpackungsmöglichkeiten umzusteigen.

Denn Tatsache ist, dass Firmen mit umweltorientierten Produkten bei den Verbrauchern punkten können. Momentan besteht sogar noch die Chance, sich mithilfe von nachhaltigen Verpackungen ganz entscheidende Wettbewerbsvorteile zu sichern. Doch dafür muss die **Nachhaltigkeit der Verpackung auch wirklich sichtbar gemacht** werden.

Nachhaltiges Packaging-Design muss auf vielen Ebenen erkennbar sein. Unsere Erfahrung zeigt, dass es einen perfekten **Konzept-Mix** braucht, um den Kunden wirklich anzusprechen.

Nachhaltiges Material in Kombination mit dem falschen Design wirkt eher irritierend als beeindruckend. Und wenn nur unauffällig bestimmte Materialien durch nachhaltige Optionen ersetzt werden, wird die Wirkung beim Verbraucher sehr gering bleiben.

**Deswegen müssen die umweltfreundlichen Ressourcen auch mit Haptik, Farbe und Veredelung übereinstimmen.**



## NACHHALTIGES VERPACKUNGSDESIGN

# NACHHALTIGKEIT ALS USP

Schaffen Sie es, ein **sichtbar innovatives Konzept** zu präsentieren, nimmt der Konsument diese Verbesserung sofort wahr und sein Interesse wird geweckt. Denn neue Informationen werden im Gehirn sofort als interessant kategorisiert.

Mit einer wirklich gelungenen Umsetzung einer nachhaltigen Verpackungslösung können Sie sich damit auch **nicht zu vernachlässigende Marktvorteile sichern**, denn viele Anbieter verkaufen Ihre Produkte immer noch in umweltschädlichen Verpackungsmaterialien und traditionellen Präsentationskonzepten.

Hier liegt momentan großes Potenzial, um sich vom Wettbewerb abzuheben. **Für den Kunden sollte die Nachhaltigkeit Ihres Produkts deutlich erlebbar sein.** Das Produkt sollte die Frage nach der Umweltfreundlichkeit überflüssig machen, denn im besten Fall ist auf den ersten Blick klar: Ihr Produkt ist nachhaltig verpackt, umweltfreundlich produziert und mit gutem Gewissen konsumierbar.

Wenn Ihnen das gelingt, werden Sie nicht nur bessere Verkaufszahlen erzielen, sondern auch das Image Ihrer Marke stärken.



# MARKTVORTEILE SICHERN DURCH NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

Tatsache ist, **moderne Verpackungsmöglichkeiten sind umwelt- und nachhaltigkeitsorientiert.** Unternehmen, die diese Entwicklung aktiv mitmachen, werden sich entscheidende Marktvorteile sichern.

Das Packaging-Design eines Produkts sollte sich stets an den Einstellungen der Kunden orientieren. Die Themen Klimawandel, Umwelt und Plastikmüll sind heutzutage allgegenwärtig, und das wird sich in naher Zukunft sogar noch verstärken. Genau deswegen ist jetzt die Zeit, um auf nachhaltige Verpackungskonzepte zu setzen.

Das mag auf den ersten Blick nach einer enormen Herausforderung aussehen. Mit dem richtigen Partner ist jedoch jedes Unternehmen in der Lage, seinen ökologischen Fußabdruck und den seiner Kunden zu optimieren.



Wir von der **mds.** beraten Sie gern in allen Fragen rund um Nachhaltigkeit. Gemeinsam mit Ihnen konzipieren wir zukunftsorientierte Verpackungslösungen, die zu Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten passen!

Die Zukunft beginnt mit einer Entscheidung – treffen Sie die richtige und kontaktieren Sie uns.

## IHR ANSPRECHPARTNER



Johannes Greipl ist Geschäftsleiter im Bereich Beratung. Sein Team umfasst Spezialisten für alle Fragen rund ums Thema Marke und deren visuelle Ausgestaltung: von Kreativgestaltung über Brand Guidance bis hin zu nachhaltigen Verpackungskonzepten, Packaging-Design und Adaptionen in der Serienproduktion. Zögern Sie nicht, ihn zu kontaktieren!

**E-Mail:** [j.greipl@mds.eu](mailto:j.greipl@mds.eu)

**Telefon:** +49 89 747344-29

## STARTBEREIT?

DIE **MDS.**

BERÄT SIE IN ALLEN FRAGEN DER VERPACKUNGSERSTELLUNG.



**mds. Agenturgruppe GmbH**

Bunsenstr. 1  
82152 Planegg/Martinsried  
Tel.: +49 89 747344-0  
Fax: +49 89 747344-10  
E-Mail: [info@mds.eu](mailto:info@mds.eu)  
Web: [www.mds.eu](http://www.mds.eu)

Amtsgericht München HRB: 144036  
Geschäftsführung: Michael Brodschelm  
USt-IdNr.: DE813511270

© mds – alle Rechte vorbehalten.

Falls nicht anders angegeben, unterliegen alle Inhalte dem  
Urheberrecht (Copyright).