

einem wissenschaftlichen Blickwinkel. Das Problem sind nicht die Nachhaltigkeitsindikatoren an sich, vielmehr, dass es keine Bewertungskriterien für Green Packaging entlang der gesamten Supply Chain gibt. Außerdem sei Digitalisierung nicht nur Chance, sondern beinhaltet auch Schwierigkeiten. „Etwa die Frage, inwieweit Digitaldruck sich zum recyceln eignet.“ Wo sich die Branche hin bewegt, ist für den Ver-



v.l.n.r.: **DDr. Bernadette Kamleitner, Dir. Manfred Schuhmayer und Stellv. REGAL-CR Mag. Robert Falkinger**

packungsexperten klar: weniger Gewicht, nachwachsende Rohstoffe, kompostierbare Polymere, längere MHD, zertifizierte Rohstoffe und neue Mehrweglösungen sind nur ein paar der genannten Trends. Beispiele aus der Praxis sind Zellulosenetze bei Zwiebeln, Shampoo-Flaschen aus biobasiertem PE oder Getränkeflaschen aus 30 Prozent biobasiertem PET.

EU-Kreislaufwirtschaftspaket. Zu den regulatorischen Herausforderungen zählt das bevorstehende EU-Circular Economy Package. Um dieses dreht sich auch der Vortrag von ARA-Vorstand Werner Knausz. „Wir haben in Österreich unsere Aufgaben gemacht.“ Für Hürden könnten aber die Wertstoffe Kunststoff und Aluminium sorgen. „Derzeit recyceln wir 33,6 Prozent Kunststoffverpackungen – künftig könnte die Quote 55 bis 60 Prozent betragen. Das stellt uns vor Riesen-Herausforderungen. Mit more of the same wird es nicht gehen.“ Neue Wege sind gefragt. „Wie kommt

Experten- Stimmen

„Was ist Nachhaltigkeit? Es gibt viele verschiedene Ansätze dem Thema zu begegnen: von biologisch abbaubaren Materialien, der Optimierung von Prozessen – etwa durch Recyceln von Materialien im Produktionsprozess – bis hin zu Natürlichkeit simulieren durch Matt-Lackierungen.“

„Es geht um Kommunikation – auch hin zum Endkonsumenten. Viele Konsumenten sind mit der Frage überfordert: Was ist tatsächlich ökologisch?“



Dr. Rainer Ulrich, Geschäftsführer und Miteigentümer Ulrich Etiketten

„Ich sehe Digitalisierung als große Chance, etwa im Bereich Track und Tracing und Kundenkommunikation.“

„Wir nehmen sehr wohl eine Veränderung beim Kunden wahr. Die Bereitschaft, sich mit der Umwelt auseinanderzusetzen steigt definitiv.“



Mag. Elmar Riepl, Bereichsmanager Logistik dm drogerie markt, Verteilzentrum Enns

„Bei uns liegt die Retouren-Quote der Online-Bestellungen im niedrigen einstelligen Prozentbereich.“

„Die brennendsten Themen sind Klimaschutz und Rohstoff-Beschaffung. Es ist also nicht egal, woher das Holz und der Fisch kommen.“ Ideal wäre, wenn die Umweltverträglichkeit der Verpackung kein Differen-

zierungsmerkmal mehr ist, sondern Standard. Eine gute Verpackung sollte eine umweltverträgliche Verpackung sein.“

„Am Anfang steht Vermeiden, erst dann kommt Reduzieren und Kompensieren.“

„Es sollte für Unternehmer nicht um die Frage gehen: Wie passt Klimaschutz zu mir?, sondern: Wie passe ich zum Klimaschutz?“

„Das Problem von Marine Littering betrifft uns auch in Österreich. Wir kaufen schließlich die Produkte aus China und Co. Auch wir als kleines Völkchen haben Handlungsbedarf mit gutem Beispiel voranzugehen.“



Thomas Kaissl, Bereichsleiter Umwelt und Wirtschaft WWF Österreich

„Wir investieren jährlich 3,5 Millionen Euro in ‚Aufklärungsarbeit‘ und Bewusstseinsbildung.“

„Zum Thema Marine Littering: 80 Prozent der Länder, die an Meere grenzen, haben noch keine Gesetze, die Müll deponieren auf hoher See verbieten. Man sollte daher vielleicht eher beim Schiff als beim Plastiksackerl ansetzen.“

„Thema Digitalisierung: Die Paket-Retouren explodieren. Früher haben wir mit 50 Prozent kalkuliert. Mittlerweile sind die Raten weit höher. Ein Projekt ist, die Verpackungen so zurückzubekommen, dass sie wiederverwendet werden können.“

Ing. Werner Knausz, ARA-Vorstand

