Nachhaltigkeits-Zeugnis per Algorithmus

Das Bewertungs-System SUSY soll rechtssichere „Green Claims“ für Verpackungen ermöglichen – Evaluationsmethode von ZNU und Fjol



Online-Kompendium: Viele Details zum ausgewiesenen Grad der Nachhaltigkeit einer Verpackung können Verbraucher nach Scannen des EAN-Codes im Internet einsehen.
Foto [M]: Susycheck.eu

Das Hamburger Unternehmen Central Agency for Green Commerce bietet der abpackenden Wirtschaft eine wissenschaftlich fundierte, unabhängige und ganzheitliche Ermittlung der Nachhaltigkeit von Verpackungen an. Dahinter stehen die Expertise des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung und des ZNU-Spin-offs Fjol GmbH.

Konsumstudien und Umfragen belegen, dass Nachhaltigkeit für Verbraucher immer wichtiger wird, Viele sind jedoch unsicher, welche Kaufentscheidungen am POS zielführend sind. „Eine umweltfreundlichere Verpackung ist – noch vor regionaler Herstellung – Meta-Referenz dafür, dass ein Produkt als nachhaltig beurteilt wird. Allerdings haben 90 Prozent kein Vertrauen in Eigenangaben von Produktherstellern“, so David Strack gegenüber der LZ.

Um Shoppern am POS Orientierung zu geben und gleichzeitig der abpackenden FMCG-Wirtschaft mehr Klarheit über den Grad der Nachhaltigkeit von Produkthüllen zu verschaffen, hat der nach 2006 für den Discounter Plus, Media-Saturn und Edeka Nord tätige Manager 2022 die „Central Agency for Green Commerce“ gegründet. Das Beratungs- und Vermarktungsunternehmen mit Sitz in Hamburg soll die Verwendung von „Aussagen zur ganzheitlichen Nachhaltigkeit“ fördern und gewährleisten, dass Industrie und Handel derlei Versprechen „glaubhaft und verantwortungsvoll“ verwenden.

Dass dafür Marktpotenzial vorhanden ist, erscheint plausibel. Bereits mehrfach haben deutsche Gerichte nach Klagen von Wettbewerbshütern das Bewerben von Produkten oder Verpackungen untersagt, wenn dabei Begriffe wie „klimaneutral“ oder „CO2-reduziert“ verwendet werden, die nicht von aufklärenden Hinweisen für Verbraucher begleitet sind. Die Rechtsprechung fordert dabei strenge, vom Bundesgerichtshof formulierte Maßstäbe ein. Gegen pauschalierendes, nicht nachprüfbares „Greenwashing“ will künftig auch die EU-vorgehen. Deren Kommission hat bereits Konsultationen für eine geplante Regulierung gestartet, die in eine „Green Claims“-Verordnung münden könnte *(lz 21-22)* .

Der hanseatische Vermarkter bietet der Markenindustrie an, gegen Entgelt Aussagen über ganzheitliche Nachhaltigkeit „spezifisch, wahrheitsgemäß und eindeutig“ auf eine wissenschaftlich fundierte Basis zu stellen. Das Instrumentarium dafür soll der Bewertungsmaßstab „Sustainable System“ (SUSY) liefern. Dabei werden mittels eines Algorithmus individuelle Verpackungen im Hinblick auf die Kriterien Material (Art, Mix), Funktionalität, Kennzeichnung sowie Recycling-/Kreislauffähigkeit untersucht und bewertet. Jedes der vier Analysefelder umfasst zwischen elf und 17 Sub-Kriterien. Insgesamt werden 57 Analyse-Resultate gewichtet und gehen anschließend in eine Qualitätsskala ein, die von einem Stern bis hin zu fünf Sternen reicht .

Der abpackenden Wirtschaft biete SUSY gleich mehrere Vorteile, glaubt Strack. So seien damit Nachhaltigkeits-Benchmarks „pro Produkt, Brand und Kategorie“ möglich, auch im Hinblick auf zielgerichtete Optimierungen von Verpackungen. Die Detaildaten könnten zudem als Grundlage für das ESG-Reporting, das Labelling „in line“ mit künftiger Gesetzgebung, die Positionierung gegenüber Wettbewerbern am POS und sowie die Kommunikation gegenüber Verbrauchern dienen. Letztere sollen künftig Details darüber, welche konkreten Eigenschaften einer Verpackung hinter einem darauf kommunizierten Sterne-Score stehen, durch Scannen des EAN-Codes auf der Website „Susycheck.eu“ abrufen können.

Strack sieht in dem Nachhaltigkeits-Score einen gelungenen Schulterschluss von Wirtschaft und Wissenschaft. So stamme die Idee für SUSY aus dem Innovationsprogramm von Ernst & Young. Der Bewertungsalgorithmus sei – „mit viel Verpackungs-, Nachhaltigkeits- und Kreislaufwirtschafts-Expertise“ – vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten-Herdecke sowie dessen auf Unternehmensberatung spezialisierte Spin-of, die Münsteraner Fjol GmbH, entwickelt worden. Ermittelt würden die SUSY-Scores durch unabhängige zertifizierte Prüfstellen und Labore.

Die Entwicklung und die Anwendung der Standards sowie die Vermarktung von SUSY seien „strikt voneinander getrennt“, betont Strack, der nach eigenen Angaben derzeit Gespräche mit mehreren namhaften FMCG-Herstellern führt. Während einer noch bis Ende September laufenden Testphase können an SUSY interessierte Pilotkunden – gegen Erstattung von Laborkosten – Sterne-Scores für zehn einzelne eigene Produktverpackungen ermitteln lassen und kostenfrei nutzen. Optional könne auch die Nachhaltigkeit einer eigenen Verpackung sowie – nur zu internen Vergleichszwecken – die Scores von zehn Wettbewerbsprodukten evaluiert werden. *hdw/lz 27-22*