Wissenschaftlich untermauerte Scores für Nachhaltigkeit

Die Anbieter des „SUSY"-Systems haben 21 Joghurt-Produkte getestet – Zehn Kunststoff- und Glasbehälter waren beim Verpackungs-Check „herausragend" oder „sehr gut"

Initiiert von der Central Agency for Green Commerce wurde erstmals die Nachhaltigkeit verschiedener in einer Warenkategorie eingesetzter Packmittel ermittelt und verglichen. Das Debüt betraf Joghurtbecher und -gläser.

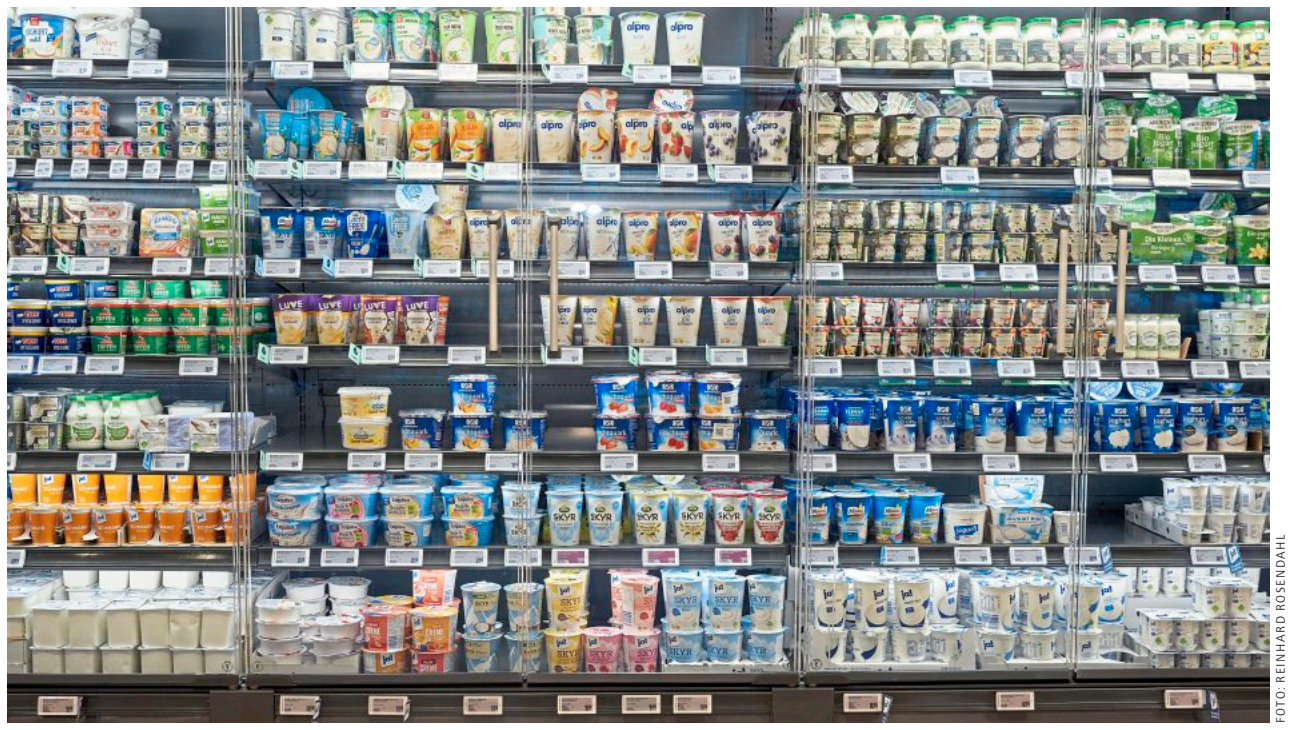


FOTO: REINHARD ROSENDAHL

Vielfältig: Im Mopro-Sortiment kommt Joghurt in unterschiedlichen Verpackungen aus Glas, Kunststoff, Pappe und Aluminium daher.

Das Hamburger Startup Central Agency for Green Commerce (CAGC) bietet Industrie und Handel an, mit dem algorithmus-basierten SUSY-System *(lz 27-22)* die Nachhaltigkeit von Produkthüllen rechtssicher zu dokumentieren. Dabei werden 84 Einzelkriterien aus vier Messkategorien bewertet und zu einem Punkte-Score aggregiert. Beim ersten von mehreren geplanten SUSY-Vergleichstests, die in Kooperation mit der LZ publiziert werden, traten 21 Joghurtverpackungen à 500 ml an. Zu den Prüflingen zählten elf Produkte der Markenhersteller Andechser, Bayernland, Berchtesgadener Land, Danone, Ehrmann, Hochwald, Müller und Naturkind sowie zehn Eigenmarken-Joghurts der Händler Edeka, Rewe, Aldi und Lidl.

Analysiert wurden fünf Packmitteltypen: Einfache, direkt bedruckte Kunststoffbecher aus Polystyrol oder Polypropylen, ein Einweg-Glas mit Weißblechdeckel und dekorierter Pappbanderole, Mehrwegpool-Gläser mit Weißblechdeckel und dekorierter Pappbanderole, Drei-Komponenten (K3)-Becher aus Kunststoff mit Info-Dekoration auf einem Aluminiumdeckel und/oder einer Pappbanderole sowie ein unbedruckter Kunststoffbecher mit Dekoration auf einem Aluminiumdeckel beziehungsweise einem Kunststoff-Sleeve. Für die Gesamtnote jedes Examenskandidaten wurden die Einzel-Scores der Kategorien Material, Kreislauffähigkeit, Funktionalität sowie Deklaration (auf der Verpackung) summiert.

Das Gesamtergebnis zieht klare Demarkationslinien. Die Top-Note „Herausragend" *(siehe unten)* eroberten exklusiv fünf der neun angetretenen K3-Becher. Die Hälfte davon verwenden Edeka, Rewe und Lidl. Die SUSY-Tester begründen dies mit dem im Vergleich zu klassischen Alternativen aus Kunststoff und Glas erheblich geringeren Gewicht der moderneren K3-Lösung. Dieses ermögliche eine deutlich bessere CO_2-Bilanz, auch und gerade beim Transport.

> »Bei fast allen Hauptpackmitteln für Joghurt gibt es Verbesserungspotenziale«
>
> Christian Leu, Geschäftsführer CAGC

Die Liste der fünf darauffolgenden „Sehr gut"-Plätze führen drei Mehrweg-Gläser an, gefolgt von zwei weiteren K3-Bechern. Alle Sehr-Gut-Scores liegen eng beisammen. Den Abstand der zweitbesten Kategorie zum Quintett der Herausragenden – etwa 3 Score-Punkte – begründen die Verpackungstester zum einen mit dem Fehlen relevanter Informationen wie etwa Trennhinweisen oder geprüfter/qualifizierter Labels sowie mit qualitativ unterschiedlicher Beschaffenheit der Hauptpackmittel im Hinblick auf Merkmale wie Gewicht oder Gehalt an FSC Mix.

„K3-Becher sind nachhaltiger als Glasbehälter. Industrie und Handel setzen teils darauf, wenn Mehrkosten vom Produkt getragen werden", weiß Christian Leu, Co-Geschäftsführer der CAGC. Weil Nachhaltigkeit mit Kosten einhergehe, seien Verpackungen von Preiseinstiegs-Joghurts derzeit nicht unter den besten 10 Probanden vertreten. Langfristig werde die Molkereibranche aber auch für Niedrigpreisiges nachhaltigere Umhüllungen finden müssen: „Das Engagement lohnt, weil Ressourcen geschont werden und im Kreislauf bleiben."

Das gegenüber gewöhnlichen Kunststoffbechern halbierte Gewicht der obsiegenden K3-Lösungen ist deren dünnwandiger Ausführung geschuldet. Die dadurch reduzierte Stabilität des Korpus werde durch die umhüllenden Pappbanderolen wieder wettgemacht, heißt es im Kommentar zur Bewertungskategorie Material. Die Verschlankung vermindere auch die mit der Verpackung assoziierten CO_2-Emissionen, was positiv auf das Gesamtergebnis einzahle. Erfreulich sei, dass viele Kunststoffbecher nur noch mit Aluminiumfolie verschlossen würden, also ohne zusätzliche Plastikhaube auskommen.

In Bezug auf Kreislauffähigkeit liegen die beiden bestplatzierten Haupt-

Fortsetzung auf Seite 35

Die besten Joghurt-Verpackungen im SUSY-Check

Die Bewertung „Sehr gut" unterscheidet sich durch eine Abweichung > 5 Prozent vom Sieger der Gruppe „Herausragend"

				Gesamt-Score
	**Berchtesgadener Bio** 1,5 %	K3	Herausragend	89,4
	**Danone Alpro** 1,5 %	K3	Herausragend	86,0
	**Rewe Bio** 3,8 %	K3	Herausragend	84,4
	**Edeka Bio** 1,8 %	K3	Herausragend	84,3
	**Lidl Milbona Bio** 3,8 %	K3	Herausragend	82,8

				Gesamt-Score
	**Edeka Bio** 3,8 %	Mehrwegglas	Sehr Gut	79,8
	**Ehrmann** 1,5%	Mehrwegglas	Sehr Gut	79,8
	**Müller Landliebe** 3,8 %	Mehrwegglas	Sehr Gut	79,8
	**Andechser Bio** 1,8 %	K3	Sehr Gut	79,5
	**Naturkind** 1,8 %	K3	Sehr Gut	79,4

FOTOS: UNTERNEHMEN

Fortsetzung von Seite 34

packmittel fast gleichauf. Wiederbefüllbare Mehrweggläser hätten zwar „hohen emotionalen Stellenwert“ bei Verbrauchern, doch ihr hohes Gewicht vergrößere den CO_2-Fußabdruck und schlage negativ auf die Beurteilung durch, befinden die SUSY-Experten. Zudem kämen die bundesweit verkauften Produkte meist aus dem Allgäu. Nach dem Einsammeln müssten die Gläser wieder nach Süddeutschland transportiert, gereinigt und wiederbefüllt werden. K3-Becher seien zwar nicht wiederbefüllbar, könnten aber – sorgfältige Trennung der Komponenten im Haushalt vorausgesetzt – werkstofflich „gut verwertet“ werden.

Im Fach Funktionalität punkten Glasbehälter jedoch deutlich, aufgrund des Wiederverschlusses mittels metallener Schraubdeckel und der dadurch guten Abschirmung des Inhalts vor äußeren Einflüssen. Geöffnete Kunststoffbecher seien dagegen nicht verschließbar, wodurch das Risiko einer Verkeimung zunehme. Mit Blick auf unterschiedlich recyclingfreundliche K3-Varianten heben die Tester hervor, dass Perforierungen oder Eingriffsöffnungen an Pappbanderolen sowie das Minimieren von Klebepunkten Verbrauchern das Zerlegen erleichtern.

In der Wertungskategorie Deklaration befinden die Tester, dass einige Joghurthersteller „alle Register ziehen und andere sich auf das Mindeste konzentrieren“. K3-Becher tun sich hier durch Hinweise zur Trennung in Komponenten, gut sichtbare MHD-Angaben, Hinweise auf Banderolenmaterial aus nachhaltiger Forstwirtschaft oder QR-Codes mit hinterlegten Informatrionen zur Verpackung hervor. Allerdings fanden die Tester auf keinem examinierten K3-Becher eine Bescheinigung der Recyclingfähigkeit durch einen unabhängigen externen Zertifizierer.

Die Fünfer-Liste der „herausragenden“ Verpackungen führt ein K3-Becher der Milchwerke Berchtesgadener Land im oberbayerischen Piding an. Der Behälter verdankt seine Spitzenposition unter seinesgleichen dem besseren Abschneiden in puncto Deklaration. Diese Benotungskategorie beeinflusst auch das Kräftemessen zwischen K3 und Glas: Die Oberflächen der Plastikbecher bieten den Testern zufolge derzeit deutlich mehr Informationen über Beschaffenheit und Entsorgung der Verpackung. Den Punktevorsprung von Glas in der Kategorie Funktionalität kann K3 in der Kategorie Material betragsmäßig wieder wettmachen, bei annähernd gleicher Kreislauffähigkeit.

„Das Evaluieren der Nachhaltigkeit von Verpackungen muss immer ganzheitlich erfolgen“, so CAGC-Experte Christian Leu über den Wesenskern des SUSY-Algorithmus. Nur das Betrachten der gesamten Wertschöpfungksette ermögliche es, verschiedene Packmittel zu vergleichen und Vorteile zu bewerten. Das Fazit der Vergleichsstudie führt auch mögliche Verbesserungen aller Packmittel für Joghurt auf. So könnten Aluminiumdeckel auf Kunststoffbechern durch Folien aus dem Material des Bechers ersetzt werden, und Direktdruck auf Plastik durch recyclingfreundlichere abwaschbare oder abnehmbare Etiketten. Kartonwickel um K3-Becher könnten auf eine reine Banderole beschränkt werden, die den Becherboden nicht umhüllen. Mittlerweile sei auch ein K3-Becher verfügbar, dessen Komponenten in Sortieranlagen automatisch separiert werden könnten, ohne vorherige Materialtrennung im Haushalt.

Inverkehrbringer von Verpackungen, die mit „herausragend“ oder „sehr gut“ bewertet wurden, können dies kommunizieren. Sieger-Logos können gegen Entgelt ein Jahr lang auf Verpackungen, am POS sowie in Handzetteln oder Anzeigen genutzt werden. Die LZ offeriert zudem ganzseitige Print-Anzeigen oder Digitalpakete sowie Sonderdrucke (bis zu 4 Seiten A4) in einer Auflage von 3 000 Stück. *hdw/lz 40-23*



FOTO: CAGC

Central Agency for Green Commerce

CEO **David Strack** (Foto, r.) hat das Beratungs- und Vermarktungsunternehmen 2022 gegründet und den SUSY-Algorithmus mit externen Experten (Fjol) entwickelt. Er war zuvor für die Händler Aldi Süd, Plus, Media-Saturn und Edeka Nord tätig. **Christian Leu** ist seit März 2023 Co-Geschäftsführer (CIO/COO). Zu seinen beruflichen Stationen zählen EY, der Versender Klingel sowie der Beteiligungsspezialist K-Invest.

SUSY bringt Wirtschaft und Verbrauchern Transparenz

Die Nachhaltigkeit des Wirtschaftsgutes und Wertstoffträgers Verpackung ist ein Thema von gesellschaftspolitischer Relevanz. Auch deswegen schraubt die EU-Kommission die Anforderungen in puncto Materialeinsparung, Gestaltung, Recyclingfähigkeit, Rezyklatgehalt und Labelling in ihrem Entwurf für eine „Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR)“ Verpackungsverordnung deutlich nach oben. Der EU-Richtlinienvorschlag zu „Green Claims“ sanktioniert zudem an die Öffentlichkeit adressierte Umweltaussagen von Inverkehrbringern, die nicht durch unabhängige Prüfstellen zertifiziert sind, mit Bußgeld bis zu 4 Prozent des Jahresumsatzes.

Das Hamburger Startup „Central Agency for Green Commerce“ (CAGC) will der abpackenden Markenindustrie und dem Handel nicht weniger als umfassende Transparenz über den tatsächlichen Grad der Nachhaltigkeit von Produkthüllen verschaffen. Inverkehrbringer erhalten damit zum einen ein rechtlich hieb- und stichfestes Fundament für umweltbezogene Werbeaussagen. Zum anderen legen die Hanseaten offen, wo und wie individuelle Verpackungen weiter optimiert werden können und wie eine Verpackung im Vergleich zu von Wettbewerbern verwendeten Lösungen positioniert ist.
Nachhaltigkeit wird aus Sicht der hanseatischen Experten der CAGC immer mehr zum „wettbewerbsrelevanten Faktor in umkämpften Märkten“. Laut CAGC-Gründer und CEO David Strack sind ökologisch vorteilhafte Verpackungen für immer mehr kritische, vor allem aber junge Verbraucher der wichtigste Anhaltspunkt für verantwortungsvolle Kaufentscheidungen am POS. Die weit überwiegende Mehrheit habe jedoch kein Vertrauen in von der Industrie selbst kreierte Werbe-Claims.
Strack und sein Partner Christian Leu lassen Verpackungen von spezialisierten unabhängigen Laboren mit umfassender und bis dato einzigartiger Detailtiefe analysieren, unter Berücksichtigung bestehender regulatorischer Vorgaben. So wird das verwendete Material anhand von 25 Einzelkriterien evaluiert, für die Kreislauffähigkeit sind sogar 35 maßgeblich, für die Funktionalität 14 und Deklaration von Informationen zur Verpackung zehn Einzelkriterien. Die einzelnen Messdaten werden in allen vier Kategorien zu Punkte-Scores gewichtet. Dies erfolgt mittels des Algorithmus SUSY (Sustainable System) der unter wissenschaftlicher Leitung durch die Fjol GmbH entwickelt wurde, einem Spinoff des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten-Herdecke. Die vier Kategorie-Ergebnisse werden schließlich zu einem Gesamt-Score summiert.
Der SUSY-Standard ist laut dem Anbieter CAGC die aktuell einzige Methodik, mit der die Nachhaltigkeit von Verpackungen ganzheitlich entlang ihres kompletten Lebenszyklus ermittelt werden kann, von der Rohstoffgewinnung über die Stationen Herstellung, Transport und Verbrauch bis hin zur Entsorgung und zum Recycling. Laut einer Benchmark-Studie von EY ist das System zudem „praktikabel, branchenübergreifend und kostengünstig skalierbar“. Damit Inverkehrbringer den beim SUSY-Test ermittelten Grad der Nachhaltigkeit ihrer Verpackungen anschaulich kommunizieren können, hat CAGC eine grafische Skalendarstellung entwickelt, die von einem Stern bis hin zu den fünf Sternen der „Sustainability Champions“ reicht. *hdw/lz 40-23*

Anzeige

Hier ist Recycling King – Wellpappe ist ein erstklassiges Kreislaufprodukt.



Was passiert eigentlich, nachdem Wellpappe ins Altpapier gegeben wurde? Sie wird als wertvoller Rohstoff zum Ausgangspunkt für einen Stoffkreislauf, der Dank einer hohen Altpapier-Rücklaufquote von rund 80 Prozent Vorbildcharakter hat. Über die Sammlung der Entsorger gelangt sie zu örtlichen Recyclinghöfen und von dort weiter zum nächsten altpapierverarbeitenden Unternehmen.
Hier wird Wellpappe, zusammen mit anderem Altpapier, zu Wellpappenrohpapier verarbeitet – der „Hauptzutat“ für neue Wellpappe. Ein Wellpappenkarton besteht im Durchschnitt zu 80 Prozent aus recycelten Papiersorten und nur zu 20 Prozent aus Papier auf Frischfaserbasis. Alle Primärfasern, die in der Zellstoff- und Papierindustrie in Deutschland eingesetzt werden, stammen aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und sind oftmals zusätzlich zertifiziert. Dabei wird Bruch- und Durchforstungsholz genutzt, das bei der Pflege der Wälder anfällt. Bäume müssen also nicht für die Produktion von Wellpappe gefällt werden.

Im Wellpappenwerk werden die verschiedenen Papiersorten zu Wellpappe verarbeitet – und zu neuen Verpackungen mit unzähligen Einsatzmöglichkeiten, denn Wellpappe schützt zuverlässig verschiedenste Produkte, die in ihr verpackt werden. Nachdem sie ihre Aufgabe erfüllt hat, wird sie wieder dem Altpapier zugeführt. Hier beginnt der Stoffkreislauf erneut: Mehr als 20-mal können die Papierfasern in der Wellpappe ohne Qualitätseinbußen recycelt werden. Ein bewährter Prozess mit einem umweltfreundlichen Produkt als Ergebnis.