



Foto: Interseroh+ GmbH/Marvin Kochen

Eine Plattform für positive Entwicklungen

Die Tagung „Future Resources“ soll den Austausch von Know-how und Best Practices fördern: Gemeinsam mehr zu erreichen erklärte Markus Müller-Drexel, Geschäftsführer von Interseroh+, zum Ziel der Veranstaltung. Das neue duale System richtet die Tagung gemeinsam mit dem Deutschen Verpackungsinstitut aus. Im Interview mit dem RECYCLING magazin sprach Müller-Drexel über Entwicklungen bei der Recyclingfähigkeit von Verpackungen, ein langsames Umdenken bei den Herstellern und die Bedeutung von Handel und Verbraucher*innen.

Herr Müller-Drexel, wie haben Sie die Tagung wahrgenommen? Sind Sie mit den Zahlen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ungeachtet der Einschränkungen durch die Pandemie zufrieden?

Man hat gemerkt, wie begierig die Menschen auf Austausch sind. Wir hätten ohne Corona wahrscheinlich doppelt so viele Anmeldungen gehabt, aber kein Teilnehmer hat kurzfristig abgesagt. In Summe konnten wir etwa 100 externe Teilnehmer begrüßen, plus 20 aus den eigenen Bereichen als Ansprechpartner für Fachfragen. Die Lust auf persönlichen Austausch war deutlich spürbar – das war für uns ein tolles Erlebnis. Schließlich werden im Moment aufgrund der Entwicklung ja wieder viele Veranstaltungen abgesagt. Künftig finden Veranstaltungen wahrscheinlich nach der Maßgabe 2G+ statt. Das finde ich auch gut und richtig. Denn die Wirtschaft braucht den Austausch – nicht alles lässt sich per Videokonferenz vorantreiben.

Die Tagung „Future Resources“ veranstalten Sie seit 2017. Damals lautete der Appell: „endlich alle Akteure aus dem Verpackungsbereich unter einem Dach versammeln.“ Was hat sich seitdem getan?

Es ist uns gelungen, die Branche zusammenzubringen. Ein Teilnehmer, der seit der zweiten Tagung dabei ist, sagte mir, es sei dieses Jahr die beste Veranstaltung gewesen, auf der er jemals war. Inhaltlich ist die Veranstaltung eines der Formate, bei denen die unterschiedlichsten Stakeholder der Wertschöpfungskette zusammenkommen. Vom Rohstoffproduzenten über den Maschinenbauer, den Packmittelproduzenten bis hin zu den Brands und dem Handel sowie der Politik waren alle dabei. Das ermöglicht einen guten Branchenaustausch: Wenn jemand ein geniales Packmittel erfindet, aber niemand davon erfährt, bringt es ja nichts. Das ist auch die Idee der Veranstaltung und von Interseroh+: Nur wenn sich Stakeholder des gesamten Lebenszyklus einer Verpackung gemeinsam an einen

Tisch setzen, können wir Dinge weiterentwickeln. Die Veranstaltung zeigt auch: All diese Themen sind keine Quick Wins. Alle Projekte zum Schließen von Kreisläufen haben einen langen Vorlauf, besonders bei Verpackungen. Da gibt es viel Trial-and-Error, bis Dinge wirklich positiv verändert werden. Denn über viele Dekaden hatte die Entwicklung ja leider nichts mit Recyclingfähigkeit zu tun. Das kann man nicht in zwei, drei Jahren drehen.

Haben die Hersteller und Inverkehrbringer die Bedeutung der Kreislauffähigkeit von Verpackungen denn inzwischen verstanden?

Es muss noch viel kleinteilige Arbeit geleistet werden, aber das Verständnis ist inzwischen ein ganz anderes – entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wer das Thema maßgeblich vorantreiben kann, hat aus unserer Wahrnehmung heraus die Zügel angezogen: der Händler, der als letztes Glied in der Kette zu den Endverbraucherinnen und End-

verbrauchern eine wichtige Funktion hat. Da der deutsche Einzelhandel inzwischen viele Eigenmarken produziert, ist das ein ganz maßgeblicher Faktor, der sich in den letzten ein, zwei Jahren sehr entwickelt hat. Aber auch nachhaltig aufgestellte Brands sind da zwischenzeitlich sehr aktiv.

Dass die Akteure sich ihrer Aufgabe bewusst geworden sind, zeigen nicht nur die Verlautbarungen, sondern auch die Einkaufsbedingungen der großen Einzelhändler. In der Vergangenheit waren die entscheidenden Faktoren für Verpackungen: Design, Handling und Preis. Diese Faktoren sind nicht irrelevant geworden, aber die Recyclingfähigkeit ist als weiterer entscheidender Punkt hinzugekommen. In der Praxis lässt man dem Vorlieferanten eine Übergangszeit von ein bis zwei Jahren, dann muss das Verpackungsdesign diesem Faktor entsprechend verändert worden sein. Diese Dynamik gab es früher nicht. Die Innovationskraft der Stakeholder hat das beflügelt: Wer gute Entwicklungen vorantreibt, wird dafür heute auch belohnt.

Auch die dualen Systeme treiben die Entwicklung voran – zum Beispiel mit Zertifikaten. Wie bewerten Sie den bisherigen Erfolg der Zertifizierung?

Einige Händler sind progressiver, andere weniger. Akteure, die auf unsere Zertifizierung „Made for Recycling“ setzen, treiben die Entwicklung jedenfalls immer stärker voran. Auf unserer Tagung haben zwei Unternehmen mit großem Stolz erzählt, was sie geschafft haben – auch gegen Widerstand im eigenen Unternehmen: eine Verpackung einzuführen, die ganz anders ist als das, was in der Vergangenheit üblich war, nämlich ein Rohstoff, der auch wieder zu Rohstoff wird. Dabei hilft das Zertifikat ungemein. Gerade für Lebensmittelproduzenten ist das erstaunlich. Solche Erfahrungen bestärken die Hersteller nachhaltig. Es ist Mut und Selbstvertrauen spürbar, die Kreislauffähigkeit als positiven Aspekt des Produkts in den Vordergrund zu stellen.

Für den Einsatz von Kunststoffverpackungen braucht es ohnehin viel Mut. Kann man Verbraucherinnen und Verbrauchern heute überhaupt noch vermitteln, dass

Kunststoff per se nichts Schlechtes ist?

Das ist für die Branche eine der größten Herausforderungen. Da Kunststoff in der Wahrnehmung vieler Verbraucherinnen und Verbraucher etwas Schlechtes ist, kommt die Verpackungsindustrie ja überhaupt erst auf die Idee, den Kunststoffanteil an Verpackungen zu reduzieren und Papier als zusätzlichen Verpackungsanteil einzubringen. Das Schlimme ist: Dieses Angebot kommt an. Dabei sind solche Verbundverpackungen aus Kunststoff und Papier im Recycling nur schwer bis hin zu gar nicht zu verwerten. Dieses Problem kann meines Erachtens aber nicht durch Verbraucheraufklärung allein gelöst werden. Ein Teil der Entwicklung wird sich durch das Einkaufsverhalten der Händler verändern. Diese gehen zunehmend dazu über, den Mindeststandard für die Recyclingfähigkeit von Verpackungen in die Einkaufsbedingungen aufzunehmen. Da werden Produkte mit nicht recyclingfähigen Verpackungen langfristig nicht überlebensfähig sein.

Aber wird es reichen, sich darauf zu verlassen, dass der Handel das Richtige tun wird?

Gemeinsam mit der Zentralen Stelle setzen wir uns auch intensiv mit der Frage auseinander, ob die Lizenzentgelte für nicht recyclingfähige Verpackungen nicht deutlich teurer werden sollten. Dazu werden auch solche Verbundverpackungen gehören. Ich würde mir an dieser Stelle sogar ein Verbot wünschen. Schließlich kann weder die Papierindustrie die Kunststoffanteile verwerten, noch kann die Kunststoffindustrie die Papieranteile verwerten. In diesem Sinne sind Verbundverpackungen schlicht eine Verschwendung von Rohstoffen.

Welche Rolle spielen Aktivitäten wie die Initiative „Mülltrennung wirkt“ dabei, diese Verschwendung zu beenden?

Mit dem ersten Jahr der Initiative sind wir sehr zufrieden. Stichproben in einzelnen Regionen haben einen Rückgang des Restmüllanteils in den gelben Tonnen und Säcken der dualen Systeme um mehr als zehn Prozentpunkte ergeben. Die Initiative dient aber nicht dem Ziel, komplexe Themen wie Verbundverpackungen zu erklären. „Mülltrennung wirkt“ soll schlicht die Aufklärungsarbeit leisten, die fast 20 Jahre lang nicht gemacht wurde. Wenn sie bewirkt, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher die richtigen Stoffe in die Sammelssysteme der dualen Systeme geben – und zwar nur die richtigen Stoffe –, ist das schon ein großer Erfolg.

Dafür reicht es heute nicht mehr, einen Werbespot vor der Tagesschau auszustrahlen. Die junge Generation müssen wir über andere Medien abholen. Dazu trägt die Initiative mit Postings von Influencern bei Instagram oder Tiktok maßgeblich bei. Hilfreich ist aber auch, dass immer mehr Händler sich beteiligen, was uns viele Kontaktpunkte zu Endverbraucherinnen und Endverbrauchern bringt.

Wichtig ist, dass wir auf allen Ebenen kommunizieren: den Dialog mit Herstellern und Produktdesignern suchen, aber auch komplexe Themen für Verbraucherinnen und Verbraucher einfach erklären. Gerade jetzt, da Nachhaltigkeit und Klimaschutz ein so hohes Interesse genießen, haben wir eine gute Basis für positive Entwicklungen – und mit der Tagung „Future Resources“ eine gute Plattform.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Marius Schaub.

DIE RESSOURCEN DER ZUKUNFT NUTZEN

„Jetzt wird aufgeklärt“ war das Motto, unter dem Expert*innen aus Handel, Industrie und der Recyclingbranche auf der Tagung Future Resources diskutierten. Die Veranstaltung fand im November 2021 zum fünften Mal statt. Gastgeber sind Interseroh+ und das Deutsche Verpackungsinstitut (DVI). Die Veranstalter nutzen die Tagung als Plattform, um sich entlang der Wertschöpfungskette über den aktuellen Stand der Entwicklung und über nachhaltige Verpackungskonzepte auszutauschen.