

# Schweizer Innovationen unterstützen

Patrick Geisselhardt, Babette Sigg,  
Andreas Zopfi und Alexander Muxel (v.l.n.r.)

Gemeinsam mit Veranstalter Easyfairs präsentierte das Schweizerische Verpackungsinstitut SVI auf der Empack in Zürich die Vortragsbühne «Packaging Talks». Am ersten Tag fand unter dem Motto «Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft & Recycling» eine Panel-Diskussion statt zum Thema «The future of packaging – Wo liegt die Verantwortung des Retailers?».



Moderator Alexander Muxel startete die Diskussionsrunde mit der Frage nach der «erweiterten Produzentenverantwortung» im Rahmen der neuen Kreislaufwirtschaftsziele. Dabei sollte die gesamte Wertschöpfungskette mit am Tisch sitzen und gemeinsam schauen, was eine gute Verpackung ist, antwortete Patrick Geisselhardt, Geschäftsführer Swiss Recycling. Konkret soll zeitnah ein Recycling für Kunststoffverpackungen und Getränkekartons aufgebaut werden. Aktuell gibt es noch gewisse Hürden, beispielsweise bezüglich der Druckfarben, doch sei das SVI am Ausarbeiten von Lösungen. «Wir wollen bei Kunststoffen und Getränkekartons im Lauf des Jahres 2023 etwas auf die Beine stellen», betonte Geisselhardt.

«Das Recycling muss für die Konsumenten einfach sein. Wenn es zu kompliziert ist, wird alles einfach in den Abfallsack gesteckt, nach dem Motto: Aus den Augen, aus dem Sinn», gab Babette Sigg, Geschäftsführende Präsidentin des Schweizerischen Konsumentenforum (KF) zu bedenken. Konsumenten interessieren grundsätzlich nicht, woher die Verpackungen kommen oder wohin sie gehen. Zwar steigt der Anteil der Konsumenten, die verantwortungsvoll mit Verpackungen umgehen wollen, stetig, jedoch bleibt der Erklärungsbedarf hoch. Zudem seien viele Sammelstellen noch nicht auf Plastik eingerichtet, weil sie selbst nicht wissen, wie sie Plastik sammeln und damit umgehen sollen. Das KF hat dafür eine Broschüre herausgegeben. «Wir tragen zur Aufklärung bei, fördern das Sammeln und das aus dem Sammelgut wieder etwas Sinnvolles entsteht. Nur bei PET-Getränkeflaschen wissen die Konsumenten gut Bescheid. Mit den verschiedenen Kunststoffsorten sind sie völlig überfordert und die Trennung wäre auch ein Platzproblem. Der Detailhandel muss den Konsumenten einfache Möglichkeiten zum Sammeln zur Verfügung stellen, da die Konsumenten verstärkt sammeln und zur Kreislaufwirtschaft beitragen wollen», forderte Sigg.

Grundsätzlich gibt es keine sinnlosen Verpackungen und aus dem Blickwinkel der Füllgüter gibt es nur gute Verpackungen, betonte Andreas Zopfi, Geschäftsführer des SVI. Hauptzweck von Verpackungen sei der Produktschutz und die Möglichkeit, Produkte

transportierbar zu machen. Wichtig sei die Optimierung der Verpackungen für Gebrauchsfähigkeit und Recycling. Spürbar sei seit geraumer Zeit ein steigender Druck der Ökologie, voran zu machen und beispielsweise das so genannte Greenwashing einzudämmen. Zopfi brachte das Beispiel Graspapier: Es wird zwar aus einem nachwachsenden Rohstoff hergestellt, ist aber nicht kreislauffähig und daher Greenwashing und überflüssig. «Unsinnige Verpackungen braucht es nicht. Sie ärgern die Konsumenten und das Recycling.»

Geisselhardt hält die Bezeichnungen «überflüssig» und «unsinnig» generell für schwierige Begriffe, denn wer definiert, was sinnvoll ist? Solche Kategorien lassen sich in einem Gesetz im Grunde nicht regeln. «Eine Uhr für zehntausend Franken ist immer aufwändiger verpackt als ein Sandwich. Aber ist die Uhr-Verpackung dadurch überflüssig und sinnlos», fragte Geisselhardt. Demgegenüber gibt es aber durchaus viele Verpackungen, die man aus ökologischer Sicht optimieren kann. Manche Verpackungen seien auch zu einem Markenzeichen geworden und damit ganz schwierig zu verändern. Sie würden dann ihre Berechtigung und ihr Alleinstellungsmerkmal verlieren. Sollte man wirklich so weit in den Markt eingreifen, gab Sigg zu bedenken. «Die Verpackungsindustrie ist extrem innovativ, aber gute Lösungen sind nicht immer die günstigsten Lösungen», sagte Zopfi. Verpackungen machen momentan rund 2 bis 4 Prozent des Produktpreises aus. Auch wenn der Verpackungsanteil doppelt so hoch wäre, wäre die Marge nicht in Gefahr. Aber beim Geld hört die Nachhaltigkeitsbereitschaft oft auf, denn kaum jemand will für gute und nachhaltige Verpackungslösungen mehr bezahlen. Dabei gäbe es viele richtig gute Lösungen aus der Schweizerischen Verpackungsindustrie. Dem pflichtete Sigg bei: «Beim Swiss Packaging Award habe ich im vergangenen Jahr die Innovations- und Leistungsfähigkeit der Schweizerischen Verpackungsindustrie gesehen. Diese innovativen Produkte müssen wir unterstützen, auch wenn es vielleicht etwas teurer wird.»

---

Schweizerisches Verpackungsinstitut SVI

---