

Unverpackt? Besser gut verpackt!

Zwischenruf von Dr. Oliver Wolfrum, Geschäftsführer des Verbandes der Wellpappenindustrie (VDW)

Wenn man Verbraucher fragt, wie sie sich einen ökologischen Supermarkt vorstellen, dann sagen 88 Prozent: ohne Plastikverpackungen. Neun von zehn Konsumenten wollen eine ökologische Alternative zur Plastiktüte, um ihre Einkäufe nach Hause zu tragen – am besten aus biologisch abbaubarem Material, zum Beispiel Wellpappe. Das sind einige Erkenntnisse aus einer [aktuellen Studie](#), die das Institut für Handelsforschung (IFH Köln) für den VDW erstellt hat ([siehe auch den Beitrag dazu in diesem Wellpappe Report](#)). Ein weiteres wichtiges Ergebnis der Marktforschung: 78 Prozent wollen am liebsten gar keine Verpackungen, sondern den Unverpackt-Laden.

Diese Haltung kann ich nachvollziehen. Denn Verpackungen stehen im Fokus der öffentlichen Debatte, wenn es um Nachhaltigkeit, Klimaschutz und die Vermeidung von Littering geht. Mit ihnen kommt jeder Mensch oft täglich in Berührung und kann Einfluss nehmen auf seinen ökologischen Fußabdruck. Das ist auch der Grund dafür, dass TV-Ratgeberformate und Social-Media-Influencer unzählige Berichte über [plastikfreies Leben](#), [unverpackt einkaufen](#) und [zero waste](#) produzieren. Im Vergleich zu anderen Konsumartikeln wie Kleidung, Möbeln und selbst vielen Lebensmitteln haben sie eine kurze Nutzungsdauer – das macht Verpackungen anfällig für Kritik.

Die Vermeidung unnützer Verpackungen ist richtig und wichtig, um Umweltbelastungen zu reduzieren. In der Verpackungsreduzierung sind Wellpappenhersteller Experten. Denn unsere Mitgliedsunternehmen werden tagtäglich von ihren Kunden dazu aufgefordert, Möglichkeiten zu finden, um Verpackungsmaterial einzusparen. Ebenso wichtig ist jedoch, transportierte Produkte wirkungsvoll vor Beschädigungen und Verderb zu schützen – und zwar mit geeigneten Verpackungen. Denn der Verlust von Lebensmitteln, elektronischen Geräten oder industriellen Halbfertigerzeugnissen kostet die Hersteller nicht nur Geld, sondern wiegt in der ökologischen Betrachtung schwerer als die Verpackung. Nichts ist weniger nachhaltig, als Waren zu entsorgen, zu reparieren oder erneut zu transportieren, weil sie in versehrtem Zustand nicht verkauft werden können.

Man kann den Verbraucher nicht oft genug darüber aufklären, dass Produktschutz ein wichtiger Beitrag zur Nachhaltigkeit ist. Eben darum werden etwa zwei Drittel aller Waren in robusten Transportverpackungen aus Wellpappe befördert – und viele gelangen in diesem Material auch ins Supermarktregal.

Um es mit dem Deutschen Verpackungsinstitut zu sagen: Verpacken lohnt sich. Auch unter Umweltaspekten, denn die Verpackung schützt mit einem geringen Aufwand große Werte. Kaufen wir zum Beispiel im Supermarkt Lebensmittel, so [stecken 90 Prozent der ökologischen Belastungen im Produkt und nur 10 Prozent in der Verpackung](#). Verdirbt die Nahrung, ist der Schaden also viel größer, als wenn wir sie mit einer Verpackung schützen. Ein passendes Beispiel ist die Salatgurke: Lidl verkauft sie künftig wieder in Folie eingeschweißt – weil sie weniger schnell verdirbt und damit weniger Lebensmittel verloren gehen. Hier macht sogar die Plastikfolie Sinn.
