

Pressebericht Berlin, 27. März 2019

14. Deutscher Verpackungskongress

Nachhaltigkeit disruptiv: Ruf und Wirklichkeit von Verpackungen im Fokus des Branchengipfels.

Neuer Umgang und mehr Wertschätzung für Materialien, gelebte Verantwortung im Spannungsfeld von Kosten und Effizienz, neue Wirklichkeit bei Konsumenten, ein Ende des „Weiter so“ und die Folgen disruptiver Entwicklungen durch Umweltprobleme und Digitalisierung: Auf dem 14. Deutschen Verpackungskongress am 21. März in Berlin trafen sich über 200 Führungskräfte der Verpackungswirtschaft und analysierten Situationen, Strategien und Lösungen rund um das Thema Nachhaltigkeit.

Das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) hatte in die Vertretung des Landes Baden-Württemberg beim Bund geladen und eine Rekordzahl von Führungskräften aus der Branche war dem Ruf nach Berlin gefolgt. Über 200 Teilnehmer verfolgten auf dem 14. Deutschen Verpackungskongress sieben spannende Vorträge, die unter dem Motto „Image der Verpackung - Zwischen Ruf und Wirklichkeit“ die aktuelle Situation rund um das Thema Verpackung und Nachhaltigkeit analysierten und dabei nicht nur aktuelle Probleme, sondern auch vielversprechende Strategien und Lösungen darstellten.

dvi-Geschäftsführerin Kim Cheng zeigte sich nach dem Kongress hochzufrieden mit „der großen Zahl an qualitativ hochwertigen Diskussionen und neuen Impulsen, die der Kongress hervorgebracht hat. Es war nicht das erste Mal, dass wir das Thema Nachhaltigkeit auf die Agenda des Kongresses gesetzt haben. Aber es war deutlich zu spüren: Die Zeit ist inzwischen mehr als reif für substantielle Diskussionen, nicht nur über Visionen einer idealen Zukunft, sondern auch im Hinblick auf konkrete Maßnahmen. Die Branche bewegt sich. Und sie will!“, so Kim Cheng.

Der Visionär und Architekt Thomas Rau hatte in seinem Auftaktvortrag dafür geworben, mehr über Mind-Change anstatt Climat-Change zu reden. Rau rückte das Material ins Zentrum, dem neue Wertigkeit und eine eigene Identität zugemessen werden müsse. Müll sei Material ohne Identität, so Rau. Ein Produkt dagegen sei im Grunde eine

Pressebericht Berlin, 27. März 2019

Material-Werte-Bank. Auch Prof. Dr. Martin R. Stuchtey rief dazu auf, Produkte als Service zu verstehen. Er verortete die Branche nicht in der Verpackung, sondern sah sie als „Frische-, Sicherheits- und Verfügbarkeitsindustrie“. Eine ganz konkrete Material-Lösung präsentierte Eduardo Gordillo, der die Lebensmittel mit Verpackungen schützt, die aus der eigenen Pflanze gewonnen wurden. Verpackungen aus Agrarabfällen, die regional auf rein mechanischem Weg bei geringem Wasserverbrauch und vollständiger Recyclingfähigkeit und Kompostierbarkeit hergestellt werden.

Andere Vorträge zeigten Einblicke in die laufenden Maßnahmen großer Konsumgüterhersteller und Handelsunternehmen wie Unilever, Metro oder der Schwarz Gruppe (Lidl, Kaufland), die mit ihrer „REset Plastic“ getauften Strategie in fünf Handlungsfeldern ansetzen: Reduce (Einsparung von Kunststoffen), Redesign (verbessertes Verpackungsdesign), Recycle (aktives Optimieren und Gestalten von Recyclingsystemen in den Ländern, in denen man tätig ist), Remove (aktives Beseitigen von gebrauchten Verpackungen, die in die Umwelt gelangen) und Research (Investitionen in Forschung und Entwicklung innovativer Lösungen). Klar wurde bei den Einblicken allerdings auch: Nachhaltigkeit gibt es nicht umsonst. Und die Kosten werden nicht eins zu eins weitergereicht werden können.

Auch Gunda Rachut, Vorstand der Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister, betonte die Notwendigkeit eines Wandels. Ein „Weiter so“ wird es ihrer Meinung nach nicht geben, da der Gesetzgeber den Prozess aufmerksam verfolge. Das neue Verpackungsgesetz zeige zwar aktuell vor allem erste Leuchtturmprojekte und noch keine spürbare Marktbewegung, es setze aber die notwendigen Anreize und gebe Klarheit auch für die Kostenrechnung.

Der Wunsch nach Klarheit trieb auch Patrick Bernau, Leiter der Ressorts Wirtschaft und „Geld & Mehr“ der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung. Er sah negative Tendenzen durch die Dynamik der öffentlichen Diskussion, in der Umweltverbände kampagnenfähige Themen suchen, Verbraucher ihr Gewissen beruhigen und Politiker Wählerstimmen sammeln wollen. Sein Appell: Nicht nur das für die Umwelt tun, was der

Pressebericht Berlin, 27. März 2019

Kunde will, sondern auch das, was der Umwelt wirklich hilft. Zugunsten des Klimas Panik verbreiten helfe nicht, Nachdenken dagegen schon.

Zum Abschluss der von Mitsubishi Electric und Stora Enso gesponserten Veranstaltung analysierte der CEO der B+P Group, Thomas Reiner, die disruptiven Entwicklungen rund um die Kreislaufwirtschaft und die digitale Transformation. In zweimal zehn Thesen hielt er die Auswirkungen für die Branche fest - von neuen Konsumentenforderungen an Erlebnisse über die disruptive Kraft der Plattformwirtschaft bis hin zu massiven Standardisierungen im Materialbereich und bei Produktspezifikationen. Sein Fazit: Wer die Zukunft einfach aus der Vergangenheit fortschreiben will, hat schon verloren.

„Wir haben in den letzten Jahren als dvi in einer Reihe von Umfragen immer wieder auch das Verbraucherbewusstsein und die Verbraucherwünsche abgefragt“, berichtet Kim Cheng. „Dabei zeigt sich, dass das Thema Nachhaltigkeit bleibt - und zwar nachhaltig. Das ist kein Gesellschaftstrend mehr, sondern ein Bewusstseins- und Wertewandel, den der Konsument wünscht und auch selber vollzieht. Die Menschen fühlen Verantwortung. Sie wollen Teil von Gut sein. Und wir als Branche müssen das möglich machen. Konsumenten wollen keine Aufgaben, sie wollen Lösungen. Ich denke, mit dem 14. Deutschen Verpackungskongress haben wir einen guten Schritt in die richtige Richtung getan.“

Auf der Homepage des Deutschen Verpackungskongresses bietet das dvi die kompletten Ergebnisse der repräsentativen Umfrage sowie ausführliche Berichte und Impressionen der Kongressvorträge. Der 15. Deutsche Verpackungskongress findet am 19. März 2020 statt.

Bildmaterial zu dieser Meldung:

<http://bit.ly/DVK2019-Bericht>

Freigabe im Zusammenhang mit dem Deutschen Verpackungskongress 2019.

Über das Deutsche Verpackungsinstitut

Das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) ist das einzige Netzwerk der Verpackungswirtschaft, das Unternehmen aus allen Stufen der Wertschöpfungskette als Mitglieder vereint. Aus seinem Umfeld nimmt das Netzwerk Impulse auf und gibt auch selbst immer wieder wichtige Impulse ab. Zahlreiche Initiativen machen das dvi aus. Neben dem Deutschen Verpackungspreis zählen dazu der Deutsche Verpackungskongress, die Dresdner Verpackungstagung, die Verpackungsakademie und PackVision. Alle Informationen unter: www.verpackung.org

Über den Deutschen Verpackungskongress

Der Deutsche Verpackungskongress ist das Treffen der Verpackungswirtschaft. Er führt Entwickler und Anbieter von Verpackung und Verpackungstechnik sowie Nutzer – hier insbesondere die Konsumgüterindustrie mit ihren Markenartikelherstellern – zusammen. Hochwertige Informationen, wegweisende Innovationen und entscheidende Insights machen den Verpackungskongress zu einem wichtigen Impulsgeber für die Branche. Im Mittelpunkt steht dabei das große Ganze, weniger das technische Detail. www.verpackungskongress.de

Pressekontakt

Christian Nink
T +49 30 609866750
nink@verpackung.org

Deutsches Verpackungsinstitut e. V.

Kunzendorfstraße 19 | D-14165 Berlin
T +49 30 8049858-0 | F +49 30 8049858-18
info@verpackung.org | www.verpackung.org