

Kongressbericht

Berlin, 20. März 2024

Klare Positionen und Diskussionen auf dem 19. Deutschen Verpackungskongress

Rund 300 Führungskräfte und Verantwortliche aus der gesamten Wertschöpfungskette trafen sich am 14. März auf Einladung des Deutschen Verpackungsinstituts e. V. (dvi) zum 19. Deutschen Verpackungskongress in Berlin. Hochrangige Vertreter aus Politik und Wirtschaft boten vor einer Rekordkulisse aktuellste Einblicke und Informationen aus erster Hand. Lebhaftige Diskussionen mit klaren Aussagen und einem streitbaren aber konstruktiven Wechsel von Argumenten machten den „Netzwerk Gipfel der Branche“ zu einem Kongress mit Workshop-Charakter rund um Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft und Digitalisierung.

Eröffnet wurde der Netzwerk Gipfel von der Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz, Steffi Lemke und den Worten: „Es ist gut, dass Ihr Kongress gerade heute stattfindet - in einer entscheidenden Phase für die Branche, aber auch in einer entscheidenden Phase für Europa. Es geht um die Frage, ob wir es schaffen, ökonomische Interessen und ökologische Notwendigkeiten zu verbinden und unter einen Hut zu bekommen. Und dafür stehen Sie, dafür steht Ihr Kongress auch ein Stück weit stellvertretend.“

PPWR: Politik steht Rede und Antwort

Die Ministerin betonte am Vortag der finalen Einigung im Trilog-Verfahren zur neuen europäischen Verpackungsverordnung (PPWR), dass „die Verpackungsindustrie, das deutsche System, das hier in den letzten Jahren geschaffen wurde, mit sehr guten ökologischen Ansätzen, bei vielen Menschen in den Köpfen steckt, stellvertretend für Kreislaufwirtschaft. Deshalb ist es gut, wenn wir Ihre jahrzehntelange Erfahrung in die Kreislaufwirtschaftsstrategie wirklich intensiv mit einbinden. Das haben ja die intensiven Diskussionen der letzten Wochen und Monate durchaus ermöglicht.“

Mit Blick auf die PPWR schloss Steffi Lemke ihre Keynote mit der Aussage, sie „baue darauf, dass wir für Ihre Branche genau diese PPWR jetzt durchsetzen können auf europäischer Ebene. Noch existierende Probleme in der nationalen Umsetzung diskutieren wir gerne weiter gemeinsam mit Ihnen, um immer, wo es möglich ist, angepasste Lösungen zu entwickeln. Auf der Internetseite des deutschen Verpackungsinstituts - damit möchte ich enden - ist zu lesen: Jede Verpackung ist ein Kompromiss aus dem Erfüllen verschiedenster Anforderungen. Das ist großartig, finde ich. Genauso ist es in der Politik, und die Aufgabe ist, die Verpackung zu kreieren und die Probleme zu lösen.“ Den kompletten Text der Rede stellt das BMUV auf seiner Webseite zur Verfügung ([Link](#)).

Kongressmoderatorin Claudia Fasse befragte die Teilnehmer nach dem Vortrag in einer Umfrage per Handzeichen, ob sie für oder gegen eine Verabschiedung der PPWR votieren

Kongressbericht

Berlin, 20. März 2024

würden, obwohl diese sicherlich nur einen „80-Prozent-Kompromiss“ darstelle. Eine überwältigende Mehrheit stimmte mit Blick auf Planungssicherheit und eine Harmonisierung des europäischen Flickenteppichs nationaler Regulierungen für die Einführung der neuen Packaging and Packaging Waste Regulation.

Im Anschluss an die Bundesministerin informierte Judith Skudelny, Umwelt- und Verbraucherschutzpolitische Sprecherin der FDP-Bundestagsfraktion, die Teilnehmenden über die Position ihrer Partei und verriet, dass die Verabschiedung der PPWR nicht an ihr scheitern werde. Skudelny betonte die Bedeutung der Verpackung im Hinblick auf den Produktschutz, da der überwältigende Anteil der Ressourcen im Produkt stecke. Verpackungen seien deshalb zentral für Umweltschutz und Ressourcenschonung. Ressourcen, die wir einmal gewonnen haben müssten im Kreislauf gehalten werden und das gehe nur mit intelligenten Ideen und Innovationen. Hier biete sich der deutschen Wirtschaft gerade auch im Rahmen der PPWR die Möglichkeit, ihre hervorragenden Lösungen zu exportieren. Skudelny plädierte für ein undogmatisches Vorgehen ohne Stigmatisierung. Das betreffe beispielsweise Mehrweglösungen, die eben nicht immer und pauschal ökologisch vorteilhafter seien als Einweg. Das gleiche gelte mit Blick auf Kunststoff, wenn dessen Substitution sich nur über einen stark erhöhten Materialeinsatz oder verringerte Recyclingfähigkeit erkaufen lasse. Als dritten Punkt nannte Skudelny die Abfallhierarchie, wo ein höherer Materialeinsatz zu bevorzugen sei, wenn sich dadurch kritische Additive vermeiden ließen. Ideen für Lösungen müssten aus der Wirtschaft kommen und nicht aus der Politik, die nicht wirklich bewerten könne, wo eine Überverpackung anfangen oder aufhören. Insgesamt bewertete Skudelny die PPWR als Kompromiss und „schlecht, aber besser als gar nichts“.

Kreislaufwirtschaftsmodell für Deutschland

Heike Vesper, Vorständin Transformation Politik und Wirtschaft des WWF Deutschland, widmete sich im Anschluss der Frage „Wie schaffen wir die Verpackungswende?“. Vesper stellte die im vergangenen Jahr publizierte WWF-Studie „Modell Deutschland Circular Economy“ vor, die wissenschaftlich fundiert eine umfassende Circular Economy für Deutschland mit konkreten Maßnahmen für Politik und Wirtschaft skizziert. Im Bereich Verpackung stehen drei Maßnahmenbündel im Vordergrund: Verhaltensbedingte Maßnahmen wie beispielsweise die Reduzierung von Produktabfällen, der Verzicht auf ausgewählte Produkte, Nachfüllbeutel oder unverpackte Distribution, technikbedingte Maßnahmen wie unter anderem das Vermeiden von Umverpackung und Überdimensionierung sowie veränderte Grammaturen und Verpackungsgewichte und als Drittes die Förderung hochwertiger Recyclings und PCR-Rezyklateinsatzes durch Design for Recycling, optimierte Getrenntsammlung und effizientere Sortierung und Recycling. Auf diese Weise ließen sich bis 2024 und im Vergleich zu 2020 rund 35 Prozent der Treibhausgasemissionen, 58 Prozent des Rohstoffkonsums und 37 Prozent der Landnutzung

Kongressbericht

Berlin, 20. März 2024

reduzieren. Priorisierte politische Instrumente sind für den WWF Deutschland neben einer Ressourcensteuer für Verpackungen auch die Pflicht zum Angebot von Unverpackt- und ökologisch vorteilhaften Mehrwegsystemen sowie eine Abgabe auf werkstofflich nicht hochgradig recyclingfähige Verpackungen.

Frischfaser und smarte Kreisläufe

Christoph Zeiler, Senior Vice President Corporate Affairs der Metsä Group, sprach in seinem Vortrag über die Unterstützung der Kreislaufwirtschaft mit kreislauffähigen Lösungen. Diese seien gefragt, weil sich Markenanbieter und Einzelhändler zu einer deutlichen Verbesserung ihrer Nachhaltigkeit verpflichtet hätten. Zeiler stellte den Wald als Quelle zahlreicher ökologischer Vorteile von Biodiversität über Wasserspeicher bis hin zur CO₂-Senke dar. Es sei Pflicht, ihn nachhaltig zu bewirtschaften und seine Bäume zu 100 Prozent zu verwerten. Sicherlich seien papierbasierte Lösungen nicht die einzigen und nicht in jedem Fall die besten Lösungen. Zu den Vorteilen von Papier gehöre allerdings, dass Frischfasern die Kreislaufwirtschaft im gesamten Lebenszyklus fördern. Zeilers Fazit: „Weniger ist mehr. Es geht um Vermeiden, Reduzieren und Recyceln. Dabei lohnt sich ein genauer Blick auf die verwendete Verpackungslösung. Denn alternative Lösungen können die Umwelt schonen. Das ist, zumindest auf den ersten Blick, nicht immer günstiger, denn Innovationen kosten Mühe, Zeit und Geld. Aber es lohnt sich und unsere Kinder und Enkel werden es zu schätzen wissen.“

Dietmar Böhm, Vorstand von PreZero International, stellte seinen Beitrag unter das Motto „Wir müssen reden! Wie uns die Verpackungswende gelingt.“ Böhm betonte gleich zu Anfang, dass man vor allem auch ins Handeln kommen müsse. PreZero sei Partner für Kreislaufwirtschaft und wolle als internationaler Umweltdienstleister sowie als Teil der Schwarz Gruppe mit neuartigen Umweltservices smarte Kreisläufe entwickeln und so Ressourcen schonen. Dafür arbeite man beispielsweise an nachhaltigen, innovativen und gleichzeitig ökonomischen Verpackungslösungen und schaffe eine Infrastruktur für Verpackungsdaten. Das Verpackungsthema sei extrem komplex und könne nicht vom Packmittelhersteller, dem Abfüller, dem Inverkehrbringer oder dem Recycler alleine gelöst werden. Zusammenarbeit sei unabdingbar. Deshalb müsse man reden – um danach gemeinsam erfolgreich handeln zu können.

Best Practice bei Marken und Handel

Dr. Christian Detrois, Packaging Lead Nestlé Zone Europe, informierte den Kongress über die Nachhaltigkeitsagenda seines Unternehmens und die Rolle des Rezyklateinsatzes. Die Verpackung spiele bei Nestlés „Net Zero GHG Ambition“ eine wichtige Rolle. Sie stehe für 12 Prozent des anfallenden CO₂ im Unternehmen. Die Produktion verantworte 7 Prozent, die Logistik 9 Prozent und die verpackten Produkte 72 Prozent. Detrois betonte die Notwendigkeit, entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu innovieren und neu zu

Kongressbericht

Berlin, 20. März 2024

erfinden. Ziele seien eine regenerative Landwirtschaft, ein stärker pflanzenbasiertes Produktportfolio, eine komplett überdachte Produktion und Logistik sowie vollständig kreislauffähige Verpackungen. Detroids präsentierte Beispiele gelungenen Designs for Recycling wie beispielsweise den Ersatz von Kunststoff durch papierbasierte Lösungen im Süßwarenereich oder die Entwicklung recyclingfähiger Kunststofflamine für flexible Verpackungen. Gleichzeitig engagiere und investiere man im Bereich der Recycling-Infrastruktur und stärke den Einsatz von Rezyklat, wie Detroids anhand von Verpackungen aus rPE, rPET und rPP/rPE darlegte.

Lilith Lauk, Senior Packaging Engineer der Henkel AG & Co. KGaA, ging zu Anfang ihres Beitrags auf die zahlreichen Aspekte ein, die für eine Kreislaufwirtschaft berücksichtigt werden müssen – von Umweltschutz über Handel, Regulation, Investoren, NGOs, Verbraucher, Reputation und Wettbewerb bis hin zu Steuern und erweiterter Herstellerverantwortung (EPR). Einen Schwerpunkt legte Lauk auf das Thema Rezyklateinsatz, der bei Henkel seit 2018 trotz schwieriger Rahmenbedingungen von weniger als 10 Prozent auf aktuell rund 38 Prozent gestiegen ist. Die Senior Packaging Engineer beleuchtete den Aspekt der Qualität beziehungsweise Sortenreinheit, um PP-Kontamination in HDPE-Rezyklat oder reduzierte Siegelnahtfestigkeit von Flaschen zu verhindern. Am Beispiel von PET-Flaschen mit floatable PO-Sleeve stellte Lauk anschaulich die Herausforderungen bei der Bewertung der Recyclingfähigkeit und der Überprüfung in LVP-Sortieranlagen und bei NIR-Maschinenherstellern dar. Auch für Lauk ist klar, dass sich die Herausforderungen nur gemeinsam meistern lassen. Wichtig sei, Defizite durch Transparenz zu beheben.

Michael Janzer, Bereichsleiter Qualität und Nachhaltigkeit, Lidl International, stellte in seinem Beitrag die gemeinsam erarbeitete Plastikstrategie der Unternehmen der Schwarz Gruppe vor und zeigte anhand konkreter Beispiele, wie nachhaltige Verpackungslösungen ganzheitlich gedacht werden können. So legte Janzer dar, wie sich der Materialeinsatz durch Änderungen des Designs reduzieren lässt. Weitere Beispiele für Verpackungsoptimierung zeigten die verbesserte Recyclingfähigkeit durch klare Anforderungen und fortlaufende Optimierungen oder der verstärkte Rezyklateinsatz durch die Verwendung von gruppeninternen Rezyklaten. Auch Innovationen spielen für Janzer eine große Rolle, wie er am Beispiel des alternativen Verpackungsmaterials aus Silphie-Pflanzen darstellte. Basis für das erfolgreiche Handeln der Schwarz Gruppe sei, dass Erkenntnisse und Anforderungen geteilt würden. Ein regelmäßig aktualisierter „Styleguide nachhaltige Verpackungsoptimierung“ thematisiere alle gängigen Verpackungsarten und -formen und werde an alle direkten Geschäftspartner von Lidl und Kaufland versendet. Zusammenarbeit sei aber auch über die Schwarz Gruppe hinweg das Gebot der Zeit und schließe Endverbraucher, Politik, NGOs, Wissenschaft, Inverkehrbringer, Verpackungshersteller sowie Entsorger und Recycler ein.

Kongressbericht

Berlin, 20. März 2024

Kay Stoss, Managing Director von Mondi Bupak, legte in seinem Beitrag den Fokus auf inspirierende und innovative Lösungen aus Hybrid-Papieren für den E-Commerce. Hybrid meint in diesem Fall die Kombination aus Frischfasern und recycelten Fasern. Hier gelte es, eine ideale Balance zwischen den Erwartungen der Konsumierenden sowie Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft zu finden. Wie Stoss anhand von Zahlen darlegte, hat Verpackung einen direkten Einfluss auf den Verkauf, weil Verbraucherinnen und Verbraucher zunehmend von Marken Abstand nähmen, die ihre Produkte überverpacken oder in schwer recycelbaren Verpackungen anbieten. Stoss zitierte jüngste Umfragen, nach denen mehr als ein Viertel aller Konsumierenden mindestens einmal pro Woche online einkaufen. Angesichts dieser Tatsache gebe es beim E-Commerce großen Handlungsbedarf. Gefragt seien deshalb innovative Lösungen, die Kunststoff ersetzen, Abfall minimieren und den Transport optimieren.

Holygrail 2.0 und Digitaler Produktpass

Gian De Belder, Technical Director R&D Packaging Sustainability von Procter & Gamble, gab in seinem Beitrag einen spannenden und aktuellen Einblick in die "Digital Watermarks Initiative - Holygrail 2.0". De Belder präsentierte das grundlegende 5-Säulen-Modell, führte in die Technology des digitalen Wasserzeichens ein, berichtete aus erster Hand über die Testphasen und schloss mit der Darstellung der Markteinführungsstrategie und den nun anstehenden Schritten. Aktuell befindet sich Holygrail 2.0 in Phase III, in deren Zentrum eine vollständige Validierung und industrielle Testläufe stehen. Konkret werden dabei funktionsfähige Prototypen in kommerziellen Sortier- und Recyclinganlagen unter normalen Betriebsbedingungen im großen Maßstab eingesetzt. Einsatzorte sind dabei Frankreich und Deutschland. Gleichzeitig bringen Markeninhaber und Einzelhändler in Dänemark, Frankreich und Deutschland ihre verbesserten Produkte auf den Markt, wo sie von Verbrauchenden gekauft und nach dem Verzehr in den Abfallstrom gegeben werden. Zu den beteiligten Händlern gehören in Deutschland nach Angaben von De Belder beispielsweise ALDI und Netto.

Dr. Benedikt Brenken, Director der R-Cycle-Initiative, stellte im Anschluss den Digitalen Produktpass als Enabler der Kreislaufwirtschaft vor. Angesichts der massiven globalen Herausforderungen im Umweltbereich müsse der Verpackungsindustrie der Wandel zur Kreislaufwirtschaft gelingen. Datentransfer und Datenaggregation entlang der Wertschöpfungskette sind nach Ansicht von Brenken dabei der Schlüssel zur Schaffung zirkularer Wertströme. Gemeinsam mit GS1 habe R-Cycle dafür einen neuen Standard entwickelt, der „einen umfassenden, aber vom Teilnehmer kontrollierten Datenaustausch entlang der Wertschöpfungskette auf Basis offener Standards ermöglicht“. Brenken führte die steigende Nachfrage nach Verpackungsinformationen vor Augen, die von Recyclingfähigkeitsbewertung und EPR-Schemes über die Berechnung der Plastiksteuer,

Kongressbericht

Berlin, 20. März 2024

ationale und EU-Gesetzgebung und Informationen für Verbrauchende bis hin zum CO₂-Fußabdruck reiche. Knackpunkt sei bislang oft, dass der Informationsaustausch aufgrund fehlender Standards zeitaufwendig, kostspielig und kontrollintensiv sei. Globale Standards seien dafür die beste Lösung, wenn sie, wie der offene Standard von GS1, die dynamischen Anforderungen der Industrie adressierten. R-Cycle ermögliche als Anwendung der GS1-Guideline einen standardisierten Datenaustausch über die gesamte Wertschöpfungskette und Unternehmensgrenzen hinweg und schaffe dadurch einen Digitalen Produktpass. Brenkens Aufruf: „Der Produktpass lässt sich wirklich schnell umsetzen. Schauen Sie sich das an und nutzen Sie die Vorteile. Der digitale Produktpass stärkt Vertrauen und Loyalität, weist Material- und Rezyklatquellen nach und reduziert die Reportingaufwände.“

Wie Veränderung entsteht

Wie können nachhaltige Veränderungen durch die Zusammenarbeit von Start-ups und etablierten Industriepartnern vorangetrieben werden? Und wie lassen sich Innovationen und transformative Prozesse auf diese Weise etablieren, initiieren und umsetzen? Mit diesen Fragen beschäftigte sich der Kongress unter Federführung von Melissa Ott, Geschäftsführerin, und Annika Schoofs, Program Manager, von Futury unter Beteiligung von Robert Hughes, Co-Founder und CEO von SCALIZE, Tobias Kreuzer, Senior Manager Supply Chain, Quality Assurance und Sustainability von McDonalds sowie Nicole Scherrenbacher, Leitung Managementsysteme von HENGSTENBERG. Die Runde stellte anhand konkreter Kooperationsprojekte Möglichkeiten und Erfolge der Zusammenarbeit vor. Obwohl Start-ups nach Ansicht von Melissa Ott die Innovationsquelle von morgen sind, werden sie aktuell noch zu sehr von Unternehmen unterschätzt. So sinke aktuell die Priorität der Unternehmen, mit Start-ups zusammenzuarbeiten. Der Kollaborationsanteil sei in den letzten drei Jahren von 72 auf 61 Prozent gesunken. Ott beleuchtet mit Kultur, Skalierbarkeit und Ganzheitlichkeit drei maßgebliche Faktoren und Herausforderungen von Kooperationen, bevor die Partner SCALIZE und McDonalds sowie SUSY und HENGSTENBERG die Früchte ihrer Zusammenarbeit präsentierten und aufzeigten, dass und wie es geht.

Vom digitalen Zwilling zum Gamechanger

Im Abschlussvortrag blickte der Kongress mit Kai Müller, Founder und CEO von Experience One, über die Grenzen der Verpackung hinaus. Nach Überzeugung von Müller gehöre KI ganz oben auf die Agenda deutscher Unternehmen, wenn sie eine Zukunft haben wollen. In seinem ebenso unterhaltsamen wie eindrücklichen Vortrag schilderte Müller, wie sein Unternehmen einen digitalen Kai-Müller-Zwilling entwickelt und kontinuierlich weiterentwickelt habe. Anlass war ein Panel des World Economy Forums gewesen, auf dem diskutiert worden war, ob KI Unternehmen lenken könne. Müller zitierte dazu eine Umfrage, nach der 49 Prozent von 1600 befragten CEOs in den USA angeben, dass sie von einer KI vollständig ersetzt werden könnten, wobei das 47 Prozent sogar für eine gute Idee hielten. Müller legte dar, in welchem rasantem Tempo sich KI entwickle und gleichzeitig die Kosten für

Kongressbericht

Berlin, 20. März 2024

den Einsatz sänken. Deutlich benannte er jedoch auch die Grenzen von KI. Erfahrungsbasiertes Wissen sei für das Training extrem wichtig, denn all das, was man einer KI nicht erzähle und beibringe, könne sie dann auch nicht leisten. KI könne Sachen fortschreiben, aber nicht abstrahieren. Überdies müsse man sich darüber im Klaren sein, dass es KI an zwei sehr wichtigen Eigenschaften fehle: Mitgefühl und Weisheit. Dessen ungeachtet bleibe es dabei, dass Generative KI als Gamechanger eine neue Ära einleite. Müllers Rat an den Kongress: „Fangt jetzt an, Verständnis aufzubauen und in die Exploration zu gehen. Startet mit Use Cases aus dem Bereich Beratung & Wissensvermittlung. Und baut euer eigenes Company Large Language Model.“

Abendveranstaltung

Zum Abschluss des 19. Deutschen Verpackungskongresses lud das dvi die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gemeinsam mit seinem Premium-Partner FACHPACK und seinen Partnern Mitsubishi Electric, Metsä Group, Mondi und Schwarz Gruppe in die Eventlocation der historischen Turbinenhalle im Heizkraftwerk Moabit. Dort wurden Gespräche und Diskussionen bei guter Bewirtung bis in die späte Nacht fortgeführt.

Fazit

Die zahlreichen, durchaus streitbaren aber immer konstruktiven Diskussionen auf dem Kongress drehten sich um die PPWR, die Lizenzentgelt-Modulierung nach ökologischen Kriterien, den Einwegkunststofffonds, die Vor- und Nachteile von Papier, Kunststoff und Glas, die Möglichkeiten und Grenzen von Unverpackt, Mehrweg und Einweg, die Einbeziehung der Konsumierenden und Möglichkeiten sowie Herausforderungen bei der Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette. Die intensive Beteiligung des Auditoriums gab dem Kongress einen Workshop-Charakter und zeigte einmal mehr, wie vital und zielführend der Dialog über Materialgrenzen hinweg sein kann.

* * *

Kongressbericht

Berlin, 20. März 2024

Bildmaterial

Das zur Verfügung gestellte Bildmaterial ist frei zur Verwendung im Kontext des Deutschen Verpackungskongresses 2024. Namen der Personen und des Fotografen finden Sie im Dateinamen. Ansicht und Download der Bilder hier:

<https://mega.nz/folder/RO9jXBIZ#8y-JuE52cptH-zHXWssBVQ>

Über den Deutschen Verpackungskongress

Der Deutsche Verpackungskongress ist das jährliche Forum für Unternehmer, Geschäftsführer und Verantwortliche aus Industrie, Handel und Markenartikler. Als Branchengipfel und Netzwerktreffen bietet der Kongress den idealen Rahmen, um partnerschaftlich voneinander zu lernen und strategische Fragen, entscheidende Trends, Marktentwicklungen und Best Practice zu diskutieren. Der Kongress wirft seinen Blick auf das große Ganze. Er sucht branchenübergreifenden und interdisziplinären Austausch. Ökonomisch, ökologisch und sozial relevante Einflüsse und Zukunftsstrategien sind dabei fester Bestandteil der Agenda. Hochwertige Informationen, entscheidende Insights, praktische Arbeit in Workshops und beste nationale sowie internationale Kontakte machen den Verpackungskongress zu einem wichtigen Impulsgeber für Entscheider aus der gesamten Wertschöpfungskette.

Über das Deutsche Verpackungsinstitut

Das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) wurde 1990 gegründet. Es verbindet branchenübergreifend Menschen der gesamten Wertschöpfungskette der Verpackung vom Maschinenbau über alle Segmente der Verpackungs- und Konsumgüterindustrie sowie dem Handel und Markenunternehmen bis hin zur Kreislaufwirtschafts- und Recyclingindustrie mit dem Ziel, innovative und nachhaltige Ansätze zu initiieren. Das dvi setzt sich branchen- und materialübergreifend für Themen der Verpackungswirtschaft ein und lehnt ideologisch geführte Diskussionen ab. Es macht Verpackung zum Thema in der Öffentlichkeit, bringt Objektivität in die oft mit Vorurteilen und falschen Gemeinplätzen durchgezogene Diskussion und informiert mit Tatsachen über die Leistungen der Verpackung und ihrer Akteure. Zu den Initiativen des dvi zählen der Deutsche Verpackungspreis, der Deutsche Verpackungskongress, der Tag der Verpackung, die Dresdner Verpackungstagung, die Verpackungsakademie, das Forum Packaging Strategies, die dvi-Studierendenkonferenz und das Nachwuchsprojekt PackVision.

www.verpackung.org

Pressekontakt: Christian Nink | +49 30 609866750 | presse@verpackung.org

Deutsches Verpackungsinstitut e. V., Kunzendorfstr. 19, 14165 Berlin