

Plastikmüll im Meer: Jeder Zweite in Deutschland gibt sich selbst die Schuld.

- 45,4 Prozent der Bürger betrachten sich selbst als Teil der Konsumgesellschaft hauptverantwortlich für den Plastikmüll in den Ozeanen.
- 35,8 Prozent sehen die Verantwortung hauptsächlich bei Produktherstellern, Verpackungsherstellern und beim Handel.
- 13,4 Prozent nennen Politik und Gesetzgeber als Hauptverantwortliche.
- Vollständige Ergebnisse: www.verpackungskongress.de/dvi-umfrage2019.html

Zum Start des 14. Deutschen Verpackungskongresses in Berlin hat das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) die Bürger nach ihrer Meinung zu den Themen Verpackung, Kunststoff und Nachhaltigkeit gefragt. Das interessante Ergebnis der repräsentativen tns-infratest Umfrage: Fast jeder zweite Konsument (45,4 Prozent) sieht sich bei der Frage nach der Verantwortung für den Plastikmüll im Meer selber als Teil der Konsumgesellschaft in der Pflicht. Nur unwesentlich weniger Verantwortung tragen nach Meinung der Bevölkerung die Hersteller von Produkten und Verpackungen sowie der Handel (35,8 Prozent).

Auch bei der Frage nach geeigneten Maßnahmen zur Vermeidung des Mülls haben die Menschen in Deutschland eine klare Vorstellung: Für die Verpackung wünschen sich über 40 Prozent der Konsumenten eine stärkere Fokussierung auf die wichtigen Kernaufgaben Schutz und Sicherheit (43,7 Prozent). Mehr als jeder Dritte möchte die Entwicklung alternativer Verpackungsmaterialien vorantreiben (37,5 Prozent). Rund einer von drei Bürgern spricht sich für verschärfte gesetzliche Vorgaben zum Einsatz von Recyclingmaterial oder das Verbot umweltschädlicher Materialien aus (31,3 Prozent). Jeder Vierte möchte Unternehmen fördern, die ihre Produkte mit Mehrweg- oder Pfandverpackungen schützen (24,9 Prozent).

Statement des dvi

Für das dvi sind die Ergebnisse der Umfrage ein Appell an alle Beteiligten aus Politik, Wirtschaft und Industrie: „Wir sitzen gemeinsam im selben Boot“, sagt Kim Cheng, Geschäftsführerin des dvi. „Den Kampf gegen die Umweltzerstörung und für eine nachhaltige Lebensweise können wir nur gemeinsam gewinnen. Wir begrüßen deshalb nicht nur die reflektierte und eigenverantwortliche Sicht der Bürger, wir sehen uns vor allem selbst in der Verantwortung. Denn es sind Produkthersteller, Verpackungsindustrie und Handel, die entsprechende Lösungen möglich machen müssen. Vor allem müssen wir es den Menschen leicht machen. Konsumenten wollen Lösungen, keine Aufgaben. Denn was die Umfrage auch zeigt: Am Konsum selbst soll nicht gerüttelt werden.“

Bei der Frage, in welchen Bereichen die Bürger einen persönlichen Beitrag leisten wollen, um ihren Lebensstil umweltbewusst und nachhaltig zu gestalten, dominieren die Bereiche Ernährung (36,9 Prozent) und Wohnen (36 Prozent). Lediglich 18 Prozent würde es leicht fallen, beim Konsum nachhaltiger zu agieren. Nur beim Urlaub ist die Neigung noch geringer (10,6 Prozent).

Das Fazit des dvi: „Die Aussagen der Umfrage sind für alle Beteiligten ein klarer Auftrag, den sie annehmen sollten“, betont Kim Cheng.

DVI unterstreicht seine Empfehlungen an die Branche

Bereits im vergangenen Jahr hatte das dvi eine Reihe von Empfehlungen an Handel, Produkt- und Verpackungshersteller veröffentlicht. „Aktuell vergeht kaum ein Tag, ohne dass eine neue Initiative aus der Branche bekannt wird. Das reicht vom Einsatz nachhaltiger Materialien und Recyclingpackstoffe über den Ausbau der Wertstoffkreisläufe bis hin zur Aufklärung von Konsumenten“, so dvi-Geschäftsführerin Kim Cheng. „Wir sehen uns in den Empfehlungen bestätigt und begrüßen die Initiativen und weitreichenden Pläne der Akteure unserer Branche.“

Zu den Empfehlungen des dvi gehören:

- Verpackungshersteller müssen ihrer gestiegenen Bedeutung und Verantwortung gerecht werden. Fakten sollten objektiv aufgearbeitet und zugänglich gemacht werden. Es gibt keine Alternative dazu, sich der Verantwortung, auch im globalen Rahmen, zu stellen. Wer auf dem Weltmarkt agiert, muss auch marktgerecht und verantwortlich über Verpackungen informieren. Darüber hinaus sollte gerade im Bereich Kunststoff die Vielfalt der verwendeten Packstoffe eingeschränkt und der Fokus auf leicht recycelbare Monomateriallösungen gelegt werden. Die Innovationskraft der Branche ist hoch. Diese Fähigkeit muss sie noch stärker ausspielen.
- Produkthersteller und Markenartikler sollten Verpackung als Teil des Produkts verstehen. In dem Maße, wie sie über das Produkt informieren, sollten sie auch über seine Verpackung transparent informieren und Verantwortung übernehmen. Eine Verpackung muss ehrlich und kritisch Auskunft geben über ihren Zweck, ihre Ökobilanz, verwendete Materialien und ihre Fähigkeit zum Recycling inklusive einer klaren Handlungsanweisung. Zentraler Punkt muss die Gestaltung der Verpackung im Sinne der Kreislaufwirtschaft sein. Lösungen, die nicht vordringlich dem Schutz und der Sicherheit des verpackten Guts gelten, sollten kritisch hinterfragt werden.

- Der Handel muss seinen sehr direkten Zugang zu den Konsumenten viel stärker nutzen und eine aufklärende Rolle übernehmen - verbunden mit konkreten Lösungen. Die haushaltsnahe Sammlung gebrauchter Verpackungen über den gelben Sack hat den Nachteil, dass erst wieder mühsam sortiert werden muss, was vorher zusammengeworfen wurde. In diesem Zuge sollte der Handel innovative Recycling-Lösungen und Mehrwegverpackungen dort, wo sie ökologisch sinnvoll sind, auch selber vorantreiben.
- Die Entsorger sollten sich auf einheitliche Kriterien und auf gemeinsame Labels zur Recyclingfähigkeit verständigen. Für Produkthersteller, Markeninhaber und Konsumenten müssen Kriterien und Kennzeichnungen praktikabel, berechenbar und eindeutig sein.

Die detaillierten Ergebnisse zu den Ergebnissen der Deutschlandumfrage bietet das dvi unter der Adresse www.verpackungskongress.de/dvi-umfrage2019.html.

###

Bildmaterial und Charts

www.verpackungskongress.de/dvi-umfrage2019.html

###

Über das Deutsche Verpackungsinstitut

Das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) unterstützt als Netzwerk der Verpackungsindustrie den Know-how-Transfer und fördert den Dialog zwischen Unternehmen, Institutionen und Partnern. Seine Mitgliedsunternehmen kommen aus allen Stufen der Wertschöpfungskette. Zu den Initiativen des dvi gehören der Tag der Verpackung, der Deutsche Verpackungspreis, der Deutsche Verpackungskongress, die Dresdner Verpackungstagung, das Kooperationsprojekt PackVision und die Verpackungsakademie als Aus- und Weiterbildungsstätte.

www.verpackung.org

Über den Deutschen Verpackungskongress

Der Deutsche Verpackungskongress ist das jährliche Forum für Unternehmer, Geschäftsführer und Verantwortliche aus Industrie und Handel sowie 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 und gesellschaftlich relevante Einflüsse und Zukunftsstrategien sind dabei fester Bestandteil der Agenda.

Deutsches Verpackungsinstitut e. V.

PRESSEINFORMATION

Berlin, 21. März 2019



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.

Der Deutsche Verpackungskongress findet jährlich im März in Berlin statt.

Veranstalter ist das Deutsche Verpackungsinstitut e. V.

www.verpackungskongress.de