

[VORTRAGSREIHE]

„DIE VERPACKUNG IST DER NACHHALTIGKEITSBOT-SCHAFTER EINER WARE – UND DIE ACHILLESFERSE!“

Die Zellcheming-Expo erwies sich auch 2018 als wegweisende Plattform für die Papier- und Zellstoffindustrie. Die Veranstaltung überzeugte zum Auftakt zudem mit einem interessanten Programm im Rahmen des Business Forums.

Das Highlight am Nachmittag des ersten Veranstaltungstages lockte viele interessierte Messe-Besucher zur Bühne des Messeforums und wurde von Kristina zur Mühlen, einer bekannten TV-Moderatorin und Diplom-Physikerin, begleitet.

Im Anschluss folgte dann mit dem „Science-Flash“ ein neues Format, bei dem Nachwuchswissenschaftler innovative Projekte vorstellten, mit denen sie sich aktuell beschäftigen. Hier stand nicht nur das technisch-fachliche Thema im Mittelpunkt, sondern auch der Unterhaltungswert der Präsentation und so entwickelte sich die Vortragsreihe ebenfalls zum Publikumsmagneten und kann als erfolgreiche „Neuanschaffung“ angesehen werden.

Nachhaltigkeit im Fokus

Die Keynote-Präsentation, die im Rahmen des Business Forums Thomas Reinert, der Vorstandsvorsitzende des Deutschen Verpackungsinstituts (DVI) übernahm, stand unter dem Titel „Verpackung und Nachhaltigkeit im Spiegel der Verbraucher“ und bot damit den passenden Einstieg in das Oberthema „Papier, Endverbraucher & Konsum 4.0“. Im Anschluss sprach Uwe D’Agnonne, Geschäftsführer von Creapaper über die starke Nachfrage für Graspapier aus dem Einzelhandel – und die Schwierigkeiten, Partner in der Industrie zu finden. Auf ihn folgte Eliva Pääkkönen, Wissenschaftlerin am finnischen Forschungsinstitut VTT, die einen Traum wahr werden ließ: Völlig neue Arten von Papierprodukten, die im Zuge des innovativen Schaumformungsverfahrens (Foam Forming) hergestellt werden können.

Keine Momentaufnahme

Als Rahmenhandlung seines Vortrages gab Thomas Reinert zu bedenken, dass Verpackungen aus Papier oder Zellstoff sich nach wie vor nicht mit solchen, die

aus Plastik gefertigt werden, auf Augenhöhe befinden: 55 Prozent aller Lebensmittelverpackungen werden in Kunststoff verpackt. Er stellte aber auch klar, dass „wir hier eine Baustelle haben“. Denn: „Die Bilder von Plastikmüll sind weltweit präsent. Das ist nicht nur eine Momentaufnahme – das wird bleiben!“

Reinert bezog sich auch auf eine aktuelle Umfrage, die von TNS-Infratest im

Auftrag des DVI durchgeführt wurde. Das Ergebnis: 92,2 Prozent der Bundesbürger interessieren sich für das Thema Verpackung. Eine absolute Mehrheit von 57,3 Prozent fühlt sich allerdings persönlich gar nicht oder nicht ausreichend informiert, um wichtige Aspekte einer Verpackung objektiv beurteilen zu können. Mehr und bessere Informationen erwartet diese Gruppe insbesondere vom Handel (23,5 Prozent), von Verpa-



1. Erich Kollmar, Vorstandsvorsitzender des Vereins ZELLCHEMING begrüßte die Gäste des Business Forums

2. Thomas Reinert, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Verpackungsinstituts (DVI)

3. Beim Science-Flash kam auch der Unterhaltungswert nicht zu kurz

ckungsherstellern (22,6 Prozent) und Produktherstellern (21,7 Prozent).

„Wir als Industrie haben hier versagt“, kommentierte Reinert die Resultate. „Weder habe wir die Verbraucher über die Vorteile bestimmter Verpackungen informiert, noch darüber, was sie damit machen sollen.“ Dabei sei die Verpackung das Hauptmedium für Verbraucher, um Anstrengungen in punkto Nachhaltigkeit seitens der Anbieter wahrzunehmen. „Die Verpackung ist der Nachhaltigkeitsbotschafter einer Ware!“. Gerade damit hätten die Hersteller ein großes Problem, sagte er. Denn: „Die Verpackung ist gleichzeitig auch die Achillesferse.“

Kreisläufe schließen

Wichtig sei jedoch, sich klarzumachen, dass die Händler sich ehrgeizige Ziele gesetzt hätten. So werde beispielsweise Nestlé dafür sorgen, dass sich bis 2025 jede Verpackung, die von dem Konzern in Umlauf gebracht wird, recyceln lässt. Es handele sich aber nicht nur um die Lebensmittelindustrie. Der Kosmetikriese L'Oréal verfolge „dieselbe Logik“, so Reinert. Der Papierindustrie gab er folgendes mit auf den Weg: „Sie werden in Sippenhaft genommen und deshalb ist es wichtig, den Schulterchluss zu finden. Wir müssen Kreisläufe schließen und Antworten finden. Wir müssen lernen, als Verpackungsfamilie zu denken, statt nur mit den Ellbogen zu schieben!“

Einer, der zumindest bereits eine Antwort geliefert hat, ist Uwe D'Agnone, Gründer und Geschäftsführer von Creapaper, dessen Graspapier, also Papier, für dessen Herstellung in Anteilen Gras eingesetzt wird, beim Handel gut ankommt. Er hatte zu seinem Vortrag als Anschauungsmaterial eine Schale aus Graspapier mitgebracht, die von Aldi derzeit für die Verpackung von Bio-Gemüse eingesetzt wird. Nachdem Scheufelen ihm im Zuge der Insolvenz als Partner ausgefallen ist, sucht D'Agnone nun nach Alternativen auf Seiten der Papierhersteller und zählte eine Reihe von Aspekten auf, die mögliche Einwände entkräften sollten: „Wir bereiten die Graspfasern im Zuge einer mechanischen Vorbehandlung so auf, dass diese vom Papierhersteller direkt eingesetzt werden können, in der Regel als Pellets, die dann direkt in den Pulper gegeben werden. Das Gras, das bei einem



Kristina zur Mühlen, eine bekannte TV-Moderatorin führte durch das Programm, hier beim Wurf des Würfelmikros für Fragen aus dem Publikum

Trockengehalt von 15 Prozent eher Heu gleicht, wird ausschließlich auf Ausgleichsflächen geerntet und alles, was nicht hineingehört, wird von uns entfernt. Die Verbindungseigenschaften sind so, dass sie mit den besten Altpapierfasern vergleichbar sind – allerdings nicht mit Frischfaser.“

Partner gesucht

Der Wasserbedarf belaufe sich auf zwei Liter pro Tonne. Chemikalien würden nicht verwendet. Die Verträge mit Pa-



pierfabriken laufen in der Regel über mehrere Jahre und schreiben eine zu produzierende Mindesttonnage von 8.000 Jahrestonnen fest. Ab 10.000 Jahrestonnen wird auf Kosten von Creapaper eine Anlage zur Aufbereitung auf dem Gelände der Papierfabrik installiert. Es gäbe zwar bereits eine ganze Reihe von Papierfabriken, die Graspapier für ihn produzierten, so D'Agnone, der Ausfall von Scheufelen mit 25.000 Jahrestonnen sei dennoch ein „Drama“ gewesen. Derzeit verhandele er mit einigen

Fabriken im Großraum Düren, aber auch in Australien laufe ein wichtiges Projekt. „Dort wird noch mehr Frischfaser eingesetzt und entsprechend ist der Kostendruck natürlich noch größer als in Deutschland.“ Als Preis für eine Tonne aufbereitetes Gras zur Papierproduktion nannte er 350 Euro.

Schaummaterial aus Zellulose

Elina Pääkkönen präsentierte zum Abschluss ein schaumartiges Material aus Holzfasern, das im VTT im Versuchsmaßstab hergestellt wurde und unterstrich die vielfältigen Möglichkeiten, die sich daraus ergeben. So haben die Forscher gerade eine sehr dünne Variante produziert, die beispielsweise anstelle von Blisterfolie verwendet werden könnte. „Es gibt ein sehr großes Interesse an dieser Entwicklung seitens der Industrie“, sagte sie. Die größte Resonanz sei jedoch von Markenartiklern zu verzeichnen. Wie auch immer sich dieser Ansatz entwickelt, Pääkkönen zeigte sich überzeugt: „Zellulose ist das Supermaterial der Zukunft!“

Viel Stoff zum Nachdenken

So boten die drei Vorträge viel Stoff zum Nachdenken sowie einen guten Einblick in ein verändertes Konsumverhalten – und die Chancen, die sich für die Papier- und Zellstoffindustrie auf dem Weg in nachhaltig orientiertere Märkte ergeben. | SHA