

Nachholbedarf in Europa

Wie sich Folienverpackungen weiterentwickeln müssen

Die Marschrichtung scheint klar: Mehrschichtverpackungen müssen künftig besser recycelbar sein – aber was heißt das technisch? Und welche Lösungen braucht und akzeptiert der Markt? Nicht nur die Markenartikler werden bei ihren Spezifikationen umdenken müssen.

Bei seinem Amtsantritt im Sommer 2019 hat Alexander Baumgartner als frischgebackener Vorsitzender von Flexible Packaging Europe (FPE) angekündigt, dass er „in diesen für die Verpackungsindustrie bewegten Zeiten“ tatkräftig an so zentralen Themen wie Recyclingfähigkeit, Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit arbeiten will. Das von ihm geleitete Unternehmen Constantia Flexibles ließ wenig später mit dem Produktionsstart einer Monomaterialfolie aufhorchen, zumal das Werk nicht im meist als fortschrittlich wahrgenommenen Europa, sondern in Indien steht. Viel Stoff also für ein Gespräch über die veränderten Anforderungen an Verpackung aus Kunststoff.

Kunststoffe: Herr Baumgartner, Sie sind nicht nur CEO eines großen Herstellers für flexible Verpackungen, sondern seit Mitte des Jahres auch Vorsitzender des Verbands Flexible Packaging Europe. Um welche Materialien geht es da?

Mag. Alexander Baumgartner: Im Verband sind Unternehmen, die flexible Verpackung für Industrie und Markenartikler herstellen. Zu etwa 80 Prozent reden wir da von Kunststoff. Einzelne Unternehmen bieten auch zusätzlich noch Verpackungen aus Papier oder Aluminium an, so wie mein Unternehmen, Constantia Flexibles. Aber vieles von dem, was früher eine Alu-Komponente hatte, kann heute rein in Kunststoff verpackt werden.

Kunststoffe: Dreht sich diese Entwicklung nun wieder, weil Kunststoff in die Kritik geraten ist?

Baumgartner: Diese Diskussion in der Öffentlichkeit ist ja nicht sehr rational. Wir als Industrie wollen etwas produzieren, was in einer Kreislaufwirtschaft wieder eine Verwendung hat. Das lässt sich umso leichter bewerkstelligen, je reiner das Material ist. Bei Kunststoff läuft das dann auf Monomaterial hinaus. Alles, was auf Basis mehrerer Materiallagen gemacht ist, hat es heute schwer.

Kunststoffe: Was heißt Monomaterial in der Praxis? Wir reden ja dabei nicht von 100% eines Polymers.

Baumgartner: Die Grenze für weitere Stoffe liegt bei fünf Prozent. Dafür gibt es zwei Grundlagen: einerseits gesetzliche Regelungen, andererseits technische Anforderungen beim Recycling, also wie viel Verunreinigungen man beim Sortieren und Trennen der Materialströme bewältigen kann.

Kunststoffe: Lange Zeit verlief die Entwicklung in Richtung noch mehr Schichten und Kombination unterschiedlicher Polymere. Heute stehen wir vor der Herausforderung, ähnliche Eigenschaften mit Monomaterialien zu erreichen.

Baumgartner: Absolut. Wir sind ja als Industrie alle ganz stolz auf ein Dutzend extrem dünner Folienlagen, die aneinanderkleben und so eine flexible Verpackung mit perfekter UV-, Sauerstoff-, Wasserdampf- und Was-nicht-alles-Barriere ergeben. Das ist eine tolle Ingenieurleistung, das muss man anerkennen. Aber wir müssen uns heute als Industrie überlegen, ob eine solche Verpackung noch zeitgemäß ist, wenn sie nur für eine einmalige Verwendung bestimmt ist und dann thermisch verwertet werden muss. Die Mehrlagigkeit ist kein Problem, aber insgesamt muss man sich auf eine Kunststofffamilie beschränken, um recyclingfähige Verpackungen zu erhalten.

Kunststoffe: Können Sie da Ihren Kunden heute schon Verpackungslösungen zur Verfügung stellen, die alle Anforderungen erfüllen?

Baumgartner: Jeder in der Industrie arbeitet seit Jahren an Monomaterial-Lösungen mit verbesserter Barriere. Wir haben beispielsweise eine Lösung mit Hosokawa Alpine entwickelt und in Indien auf die grüne Wiese gestellt. Seit September produzieren wir dort ein drei- oder fünflagiges Monomaterial auf PE-Basis. Wir erreichen da Barriereigenschaften, die deutlich über jenen liegen, die bisher bei Monomaterialien sichtbar waren, sowohl für Wasserdampf, Sauerstoff als auch UV.

Kunststoffe: Wie schaffen Sie das?

Baumgartner: Das ist natürlich das Betriebsgeheimnis. Wir sind auch noch nicht dort, wo wir mit 12- oder 15-lagigen Verpackungen hingelangt sind. Aber der Weg wird dorthin gehen.

Kunststoffe: Welche Einschränkungen gibt es noch?

Baumgartner: Die signifikanteste Abweichung besteht derzeit noch bei der Wasserdampfbarriere. Aber heute müssen sich auch die Markenartikler die Frage stellen: Sind die Verpackungen zeitgerecht spezifiziert oder gehen sie an den Verbrauchsgewohnheiten vorbei? Ein Kunde von uns hat beispielsweise herausgefunden, dass im Nachfüllpack gekauftes Kakaopulver in der Regel innerhalb der ersten 14 Tage nach dem Kauf umgefüllt wird. Er kann also in der Spezifikation der Haltbarkeit ohne Probleme von heute zwölf auf sechs Monate reduzieren. Mit so reduzierten Anforderungen an Sauerstoff- und Wasserdampfbarrieren kommen wieder Materialien infrage, die vorher als unmöglich galten. Man muss sich also von beiden Richtungen dem Thema nähern: Als Industrie Monomaterialien entwickeln mit höherer Barrierefähigkeit, aber auch die Markenartikler müssen die in unserer westlichen Welt traditionell überspezifizierten Verpackungen wieder ein bisschen an die Notwendigkeiten anpassen. »



© Constantia Flexibles

Zur Person

Mag. Alexander Baumgartner (52) ist seit Oktober 2015 CEO der Constantia Flexibles Group GmbH, Wien/Österreich. Der gebürtige Österreicher absolvierte den Studiengang Handelswissenschaften an der Wirtschaftsuniversität Wien und studierte auch an der Universität Luigi Bocconi in Mailand sowie an der Scuola Europea di Varese in Italien. Seine berufliche Karriere begann 1990 innerhalb der OMV-Gruppe als Marketingleiter für die PCD Polymere GmbH.

Seit Mitte 2019 ist Baumgartner auch Vorsitzender von Flexible Packaging Europe (FPE), Düsseldorf. Die ca. 80 Mitgliedsunternehmen des Verbands stellen das gesamte Spektrum flexibler Verpackungen her und vereinen über 85 Prozent des europäischen Umsatzes an flexiblen Verpackungen auf sich. Auch sechs nationale Flexible-Verpackung-Verbände sind Mitglied im FPE.

Kunststoffe: Sind Überspezifikationen weit verbreitet?

Baumgartner: Definitiv. Die Markenartikler haben ja alle in den letzten Jahren versucht, auf ihren Produktionslinien Skaleneffekte zu erzielen. So ein Keks eines Unternehmens wird daher heute nicht mehr an 20 Standorten in der Welt produziert, sondern in viel größeren Mengen an vielleicht nur noch ein oder zwei Standorten. Dieselbe Verpackung, die für ein Land geeignet ist, muss sich dann auch für ein Land mit ganz anderen Klimabedingungen eignen. Daher wird bisher gerne eine Verpackung spezifiziert, die den Anforderungen in allen Klimazonen gerecht werden kann. Da muss man einfach umdenken.

Kunststoffe: Sind die Kunden der Verpackungsmittelhersteller dazu schon bereit?

Baumgartner: Auf breiter Front sicher noch nicht. Aber das sind Diskussionen, die wir heute führen, die es in den letzten 20 Jahren praktisch nicht gab. Da wurden immer nur die Spezifikationen weiter hochgeschraubt. Jetzt sehen wir zum ersten Mal, dass die Schrauben an manchen Stellen wieder gelockert werden.

Kunststoffe: Warum hat Ihr Unternehmen eigentlich dieses Werk für Monomaterial-PE-Folien, also ein Vorzeigeprojekt der Kreislaufwirtschaft, in Asien auf die grüne Wiese gebaut, nicht etwa hier in Europa?

„Das Grundproblem heute ist doch, dass Kunststoff keinen Wert hat.“

Alexander Baumgartner

Baumgartner: Die Antwort wird Sie wahrscheinlich sehr verwundern: weil die Politik in Indien weiter ist als bei uns.

Kunststoffe: Das müssen Sie uns erklären.

Baumgartner: Da war ich auch überrascht, wir denken ja gerne, dass wir hier im Recycling führend sind. Die Realität ist aber, dass Premierminister Narendra Modi schon kurz nach seinem Amtsantritt 2014 das Motto „Clean India“ ausgegeben hat und diese Mission auch durchzieht. Heute ist Indien deutlich sauberer als früher. Solche Programme bringen Klarheit für Investitionen. Als wir unsere Monomaterial-Lösung von der Labor- auf die Industrieebene hochskalieren wollten, war Indien für uns daher das Land mit der größten Marktsicherheit, weil die Legislative ganz klare Vorgaben gemacht hatte. Die EU zieht inzwischen nach, aber in Indien gibt es zum Beispiel schon ein Gesetz, dass Hersteller von Kunststoffprodukten am Ende des Jahres gegenüber lokalen Behörden Rechenschaft darüber ablegen müssen, dass sie dieselbe Menge, die sie produziert haben, auch wieder gesammelt haben.

Kunststoffe: Müssen sich die Hersteller selbst darum kümmern?

Baumgartner: Das kann man auch outsourcen. Seit einem halben Jahr schießen in Indien Recyclingbetriebe wie die Pilze aus dem Boden, weil das Sammeln jungen, unternehmerisch orientierten Menschen eine unglaubliche Chance bietet, ein eigenes Business zu gründen. Wir nutzen heute eine Anzahl von Subunternehmern in Indien, die Kunststofffolien sammeln, rezyklieren und an den Markt bringen und dafür von den Behörden Zertifikate bekommen, die sie an uns weiterleiten, damit wir am Ende des Jahres dokumentieren können, dass wir unsere Vorgaben erfüllt haben. Das gibt es in Europa nicht. Wer heute in Europa Tausende Tonnen Kunststoff verarbeitet, muss nicht nachweisen, dass ein Recycling in derselben Größenordnung stattfindet – in Indien aber schon, sonst wird eine Strafe fällig.

Kunststoffe: Würden Sie sich ein solches System auch für Europa wünschen?

Baumgartner: Ja. Denn das Grundproblem heute ist doch, dass Kunststoff keinen Wert hat. Wenn man vor fünf Jahren in Indien durch die Straßen gefahren ist, hat man viel Müll in den Straßenrinnen gesehen – aber kein Papier, Glas und auch keine Alu-Dosen. Warum? Die ärmeren Menschen haben diese Materialien gesammelt, weil sie einen Wert hatten. Aber niemand bückt sich, um eine Kunststoffolie aufzuheben, wenn sie keinen Wert hat. Und das ist falsch.

Kunststoffe: Den Wert hat sie durch gesetzliche Regelungen bekommen.

Baumgartner: Ja, wir brauchen die Politik, insbesondere die EU, die uns hier hilft, aus schon einmal verwendeten Kunststoffprodukten einen Wert zu generieren und letztendlich in die Kette wieder einzubringen. Beispiel: Pfand – da bräuchten wir ein EU-weites System.

Kunststoffe: Nun geht es oft um Lebensmittelverpackungen, die auch in Ihrem Unternehmen eine wichtige Rolle spielen. Aber gerade da ist die Verwendung des recycelten Materials durchaus nicht trivial.

Baumgartner: Wir machen in der Tat etwa 60 Prozent unseres Umsatzes mit Lebensmittelverpackungen, 30 Prozent mit Pharmaverpackungen und zehn Prozent mit Verpackungsmaterial für Körperpflege und Ähnliches. Und ja, wir können heute mit Rezyklat nicht in eine Lebensmittelverpackung gehen, weil die Gefahr einer Migration besteht. Man kann natürlich den recycelten Kunststoff im Prinzip in eine Zwischenlage packen, sodass er nicht mit Lebensmitteln in Berührung kommt. Aber da kommt es darauf an, von welchem Kunststoff wir reden, wie barrierefest das Virgin-Material in den Außenlagen ist. Da gibt es keine pauschale Antwort.

Kunststoffe: Wo – wenn nicht in solchen Verpackungen – können Post-Consumer-Recyclingmaterialien noch mehr Verwendung finden?

Baumgartner: Oft gibt es ja für Lebensmittel noch eine Sekundärverpackung, wo man mit ganz anderen Standards arbeiten könnte. Allerdings ist heute eine Bonbontüte als Lebensmittelverpackung kategorisiert, selbst wenn die Bonbons darin alle einzeln verpackt sind. Aus gutem Grund – man will eben auf der sicheren Seite sein und nicht Gefahr laufen, dass die Produkte kontaminiert sind. Aber über solche Dinge muss man nachdenken.

Kunststoffe: Sollten die Behörden also diese Regeln lockern?

Baumgartner: Sie sollten die Tür dafür öffnen, dass überlegt wird, wie weit man ohne Einbußen bei der Lebensmittelsicherheit in diese Richtung gehen kann. Auf der anderen Seite gibt es den Trend, möglichst ganz auf Sekundärverpackung zu verzichten. Vermeidung ist die beste Lösung, wenn das Produkt trotzdem in der notwendigen Qualität beim Konsumenten ankommt.

Kunststoffe: Was bedeuten diese Unsicherheiten und Herausforderungen, über die wir gesprochen haben, eigentlich wirtschaftlich für Sie? Gibt es nur regionale Dellen oder bricht das Wachstum weltweit ein?

Baumgartner: Die weniger entwickelten Länder haben immer noch Wachstumsraten, die teilweise jenseits der zehn Prozent pro Jahr liegen, weil sie einen großen Nachholbedarf haben.

Aber es gibt schon aufgrund der derzeitigen Diskussion in allen westlichen Ländern außer den USA eine Sensibilisierung der Konsumenten, die auch ihr Konsumverhalten verändern. Gerade junge Leute achten auf ökologische Produkte, oft auch auf lokale Marken, die null Euro in Werbung stecken, aber coole Social-Media-Auftritte haben. Das löst enorme Veränderungen aus. Und das merken wir auch an unseren Zahlen. Das Geschäft in Europa stagniert, und auch in den USA wird das irgendwann kommen. Die Entwicklung in solchen großen Märkten können wir mit Zuwächsen in Indien, China und Indonesien und ähnlichen Ländern nicht kompensieren.

Kunststoffe: Wie reagiert die Verpackungsindustrie darauf?

Baumgartner: Jeder muss eine Sustainability-Story haben, ohne die können Sie heute keinen Verkäufer mehr auf die Reise schicken. Das steht bei jedem Termin, bei jedem Kunden auf der Agenda. Auf Dauer reicht aber eine schöne Story nicht, irgendwann braucht man etwas Konkretes zum Anfassen. In der Welt der Kunststoffverarbeiter wird sich bei der flexiblen Verpackung die Spreu vom Weizen trennen. Wer jetzt nicht den Markenartiklern Lösungen zur Unterstützung der Kreislaufwirtschaft anbieten kann, wird es wirtschaftlich sehr schwer haben. Auf der anderen Seite: Bei solchen disruptiven Entwicklungen – und ich glaube, wir erleben so eine Phase gerade – darf man auch nicht zu schnell sein. Man braucht das richtige Timing, um vom traditionellen Geschäft, das dem Planeten nicht guttut, umzusteigen. Das geht nicht bei allen über Nacht.

Kunststoffe: Das werden vor allem junge Leute nicht gerne hören. Haben Sie heute schon Nachwuchsprobleme in den Unternehmen?

Baumgartner: Ja, haben wir. Keiner geht heute von der Uni weg und sagt: Ich will in die Kunststoffverpackungsindustrie, weil das die coolste Industrie dieser Welt ist. Wenn wir heute junge Leute rekrutieren wollen, sind wir nicht deren erste Wahl. Früher hat es schon gereicht, ein wirtschaftlich gut aufgestelltes internationales Unternehmen zu sein. Das interessiert die jungen Menschen heute nicht mehr, weil sie auch so viel herumkommen. Die warten nicht auf ihre erste Dienstreise. Aber diesen jungen Menschen ist wichtig, was ein Unternehmen tut, damit die Welt morgen besser wird. Man kann Bewerbern durchaus erklären, dass Verpackung viele notwendige und sinnvolle Funktionen erfüllt, etwa den Schutz des Produkts oder die Information darüber. Dann kann man sie vielleicht auch motivieren, einen Beitrag dafür zu leisten, dass daraus eine recyclingfähige Verpackung wird. ■

Das Gespräch führte Dr. Karlhorst Klotz, Redaktion.

Service

Digitalversion

- Ein PDF des Artikels finden Sie unter www.kunststoffe.de/2020-01

English Version

- Read the English version of the article in our magazine *Kunststoffe international* or at www.kunststoffe-international.com