



Till Isensee und Sonja Bähr

Tiliscos Kolumne

Mit den schlimmsten Befürchtungen ...

... stellen wir uns dem Leitthema der diesjährigen Fachpack: „Das umweltgerechte Verpacken“.

Damit klar wird, dass es sich nicht nur um den reinen Abpackprozess handelt, der umweltgerecht gestaltet werden soll, wird das Leitthema in vier Kategorien unterteilt: Recycelte Verpackung, ressourcenschonende Materialien, Mehrwegverpackungen und -systeme sowie neue umweltschonende Prozesse.

Keine Frage, das Thema ist immens wichtig und muss natürlich auf einer Fachmesse im Fokus stehen. Unsere Befürchtungen beziehen sich auf die vielfältigen Versprechungen und Aussagen, die nun noch ausgeprägter von den Ausstellern getroffen werden, um ein Stückchen vom Nachhaltigkeitskuchen abzubekommen. Wie können Sie sich schützen?

Bitte seien Sie immer kritisch, bei allen „100%“ Aussagen! Lesen Sie zwischen den Zeilen, denn meist sind die Aussagen ja nicht generell unehrlich, es werden halt nur manchmal einige Aspekte weggelassen oder aber ganz genau benannt. So, wie bei dem Duschgel, für dessen Markennamen zwei Buchstaben ausreichen. In der Limited Edition wird damit geworben, dass die Flasche zu 100% aus recyceltem Plastik ist. 50% davon aus so genanntem Social Plastic, gesammelt an Strand & Land. In den Ländern, die besonders von der Vermüllung betroffen sind, wie Haiti, Indonesien oder die Philippinen, gibt es eine Plastic Bank, bei der die Menschen die gesammelten Kunststoffe gegen Geld oder Handyguthaben tauschen können. Das zu verteilende Geld kommt von Unternehmen, die

circa 5 Cent pro Packung mehr bezahlen, damit sie das Plastic Bank Markenzeichen auf die Packung aufbringen dürfen. Haben Sie genau gelesen? Die Flasche besteht aus recyceltem Plastik. Und der Verschluss und das Etikett? Sicher ist, dass diese Verpackung nicht gemäß Design for Recycling gestaltet wurde, denn der Verschluss und der Flaschenkorpus bestehen aus verschiedenen Kunststoffen.

Es gibt Siegel und Zertifikate und es gibt Siegel und Zertifikate! Die einen sind nachweislich mit wissenschaftlich anerkannten Methoden zur reproduzierbaren Prüfung und Bewertung entwickelt worden und die Erlangung ist meist schwierig und kostet viel Geld. Die anderen kann jeder halbwegs talentierte Grafikdesigner entwickeln und je nach Bedarf auf die Verpackung oder Webseite aufbringen.

Aber Achtung, Strafe droht: Wer es deutlich übertreibt mit den Verkaufssprüchen auf der Messe oder beim Kunden muss wissen, dass es mit der DIN EN ISO 14021 „Umweltbezogene Anbietererklärungen“, die nicht irreführend, sondern begründet und überprüfbar sein müssen, ein Sanktionsinstrument gibt. Werbung mit Umweltbezug fällt juristisch in den Bereich des unlauteren Wettbewerbs (§§ 1,3 UWG), hier insbesondere der irreführenden Werbung (§5 UWG).

Internet: tilisco.de
