

FALLSTUDIE Unverpackt

MÜLLFREIER KONSUM UND PRODUKTION

6

Seit der Eröffnung im Frühjahr 2014 verfolgt Deutschlands erster einwegverpackungsfreier Laden „Unverpackt – lose, nachhaltig, gut“ in Kiel drei Ziele: 1. Verpackungsmüll drastisch reduzieren, 2. kurze Lieferwege fördern und 3. die Kundschaft dazu motivieren, ihr Konsumverhalten nachhaltig zu überdenken. Diesem Beispiel sind bereits über 100 Läden gefolgt und die entsprechende Zero Waste-Bewegung hat gerade erst begonnen.



UNVERPACKT – SO FUNKTIONIERT'S

Unverpackt ist ein Geschäft der anderen Art, denn die Ware wird lose oder im Pfandsystem angeboten. Für lose Waren bringt die Kundschaft leere Behälter mit, wiegt diese ab, füllt das gewünschte Produkt hinein, zieht das Leergewicht an der Kasse wieder ab und vermeidet so Verpackungsmüll. Komplizierte Produkte wie Milch und Sahne sind in Pfandgläsern und -flaschen erhältlich.

Die Produktpalette reicht von Grundnahrungsmitteln wie Getreide, Hülsenfrüchte, Pasta, Backzutaten, Gewürze, frisches Obst und Gemüse bis hin zu Reinigungsmitteln, Hygieneprodukten und Zubehör für den müllfreien Alltag. Der Großteil der Produkte ist regional, biologisch oder fair gehandelt.

Unverpackt ist damit zum Vorreiter einer Bewegung geworden. Durch Beratungs- und Seminarangebote, Vorträge und Medienberichten wurde

„Unverpackt“ zum feststehenden Begriff. Bundesweit gibt es mittlerweile über 100 vergleichbarer Geschäfte, die sich mithilfe von sozialen Medien als Netzwerk organisieren und einen Berufsverband gegründet haben. Auch Supermarktketten haben das Marktpotential erkannt und entwickeln eigene Unverpackt-Bereiche. Zahlreiche Produzenten und Lieferanten überdenken den Verpackungs- und Transportaufwand ihrer Lieferketten und lassen sich von den ökonomischen und ökologischen Vorteilen motivieren.



DIE PROBLEMATIK

Die Zahl der pro Kopf verursachten Verpackungsabfälle nimmt stetig zu. Den neuesten Zahlen zufolge verursacht jede*r Deutsche*r pro Jahr 220,5kg Verpackungsmüll¹. Obwohl sich die Deutschen als Recyclingweltmeister sehen, ergeben sich hier einige Probleme.

Trotz Mülltrennung werden beispielsweise nur 15,6% der Plastikabfälle so aufbereitet, dass daraus neue Kunststoffprodukte hergestellt werden können². Diese sind meist von minderwertiger Qualität, sodass überhaupt nur 2,8% der in Deutschland hergestellten Kunststoffe aus recyceltem Material bestehen³.

Der Großteil von ca. 85% aller Plastikabfälle wird verbrannt oder ins Ausland exportiert⁴.

Die beim Verbrennen gewonnene thermische Energie steht nicht im Verhältnis zur Energie, die zuvor in Produktion, Transport und Entsorgung der Kunststoffe gesteckt wird⁵.

Exportierte Abfälle landen unter weniger strengen Regulierungen in der Natur, wo sie sich nur langsam zersetzen und gleichzeitig weitere Schadstoffe absondern⁶.

Das Beispiel der Plastikabfälle macht deutlich, dass wir uns darauf konzentrieren sollten, Verpackungsabfälle zu vermeiden statt sie zu recyceln. Denn der beste Müll ist der, der gar nicht erst entsteht!

1 Umweltbundesamt: Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2016.

2 Heinrich-Böll-Stiftung und Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND): Plastikatlas 2019, S. 36f.

3 Plastikatlas 2019, S. 37.

4 Plastikatlas 2019, S. 36f.

5 Plastikatlas 2019, S. 36.

6 Plastikatlas 2019, S. 38.



DEUTSCHLANDS ERSTER UNVERPACKT-LADEN

Angesichts dieser Herausforderung und dem Wunsch, das eigene Müllaufkommen zu reduzieren, erarbeitete Unternehmensgründerin Marie Delaperrière, Gründerin von Zero Waste Kiel e.V., das Geschäftsmodell von Unverpackt. Inspiriert wurde sie dabei von Béa Johnson, die in den USA den Begriff Zero Waste prägte sowie dem Londoner Laden Unpackaged, der sich einige Jahre zuvor einem ähnlichen Konzept verschrieben hatte. Im Februar 2014 schließlich eröffnete Marie Delaperrière den ersten Unverpackt-Laden Deutschlands.

Auf einer kleinen Ladenfläche wurden zu Beginn 250 Produkte angeboten. Die Wertschätzung und Zahl der Kund*innen nahm rasch zu, während das neuartige Konzept die Aufmerksamkeit der Medien auf sich zog.

Nach zwei Umzügen werden mittlerweile über 800 Produkte angeboten und mehr als 15 Mitarbeiter*innen beschäftigt.

Gleichzeitig werden die gesammelten Erfahrungen an zukünftige Ladengründer*innen weitergegeben und diese in ihren Vorhaben unterstützt und beraten. Über 250 Personen haben die Workshops in Kiel besucht und betreiben heute einen Großteil der über 100 Unverpackt-Läden in Deutschland. Verschiedene Auszeichnungen und Studien unterstreichen das Interesse am Konzept.



SEIT 5 JAHREN ERFOLGREICH IN DER VERMEIDUNG VON VERPACKUNGSMÜLL

Die wachsende Zahl der Unverpackt-Läden und ihre wirtschaftlichen Erfolge zeigen die Umsetzbarkeit des Konzepts im Kontext der etablierten Lebensmittelmärkte. Unverpackt – lose, nachhaltig, gut blickt mittlerweile auf über fünf Jahre Betriebserfahrung zurück und kann Bilanz ziehen, inwiefern Verpackungs- und Lebensmittelabfälle im Laden und bei der Kundschaft vermieden werden.

Die Produkte lassen sich in drei Kategorien fassen, je nach Verpackung, in der sie geliefert werden. Dank des einzigartigen Konzepts gilt für alle, dass beim Kunden kein Verpackungsmüll anfällt. Loses Obst und Gemüse wird in Mehrwegkisten geliefert. Empfindliche Produkte wie Wein, Milch oder Joghurt werden in Pfandgläsern geliefert, wobei stark auf möglichst kurze logistische Wege geachtet wird, um die Vorteile von Pfandsystemen gegenüber von Einwegverpackungen vollständig auszuschöpfen.

Diese beiden Kategorien verursachen wenig bis gar keinen Verpackungsmüll im Laden.

Die „losen“ Produkte werden in Einheiten von 1kg (Gewürze, Tee) bis 25kg (Getreide, Müsli) in Einwegverpackungen geliefert.

Der hierbei entstehende Verpackungsmüll im Laden entspricht dem Aufkommen eines durchschnittlichen Privathaushaltes. Weiteres Verpackungsmaterial wird entlang der Lieferkette eingespart, indem möglichst unverarbeitete und regionale Lebensmittel eingekauft werden. Dadurch werden Zwischenstationen für Veredelung oder Portionierung und die damit einhergehenden Umverpackungen übersprungen. Unverpackt spart

somit Verpackungen sowohl im B2C-Bereich (Business to Consumer) als auch entlang der gesamten Lieferkette (B2B = Business to Business) ein. Noch mehr Verpackungsmüll könnte eingespart werden, wenn sich weitere Lieferanten dem Konzept von Mehrweg- und Pfandsystemen öffnen würden und so auch die „losen“ Produkte in wiederverwendbaren Behältern geliefert würden.

VERMEIDUNG VON LEBENSMITTELABFÄLLEN

Lebensmittelabfälle können ebenfalls erfolgreich vermieden werden. Das Sortiment umfasst vor allem Grundnahrungsmittel mit langer Haltbarkeit, wie Getreide, Reis und Nudeln. Außerdem werden regionale und saisonale Produkte bevorzugt, die dank der kurzen Transportwege im Laden länger frisch bleiben.

Durch die übersichtliche Produktpalette ist es außerdem möglich, auf qualitative Veränderungen kurzfristig zu reagieren und die Lebensmittel vor dem Verderben zu retten. Lebensmittel, die sich dem Mindesthaltbarkeitsdatum nähern oder Obst und Gemüse mit beschädigten Stellen werden günstiger verkauft, verschenkt oder im Ladenbistro verwertet.

Durch diese Maßnahmen werden nahezu keine Lebensmittelabfälle im Laden verursacht und das nachhaltige Konsumverhalten der Kund*innen gestärkt. Durch das selbstständige Abfüllen der losen Waren haben Kund*innen außerdem die Möglichkeit, bedarfsgerecht einzukaufen und nur die Mengen zu kaufen, die sie vertun werden.



ÜBERTRAGBARKEIT UND HERAUSFORDERUNGEN

Erfolgreiche Unverpackt-Läden gibt es bereits in mehreren Ländern. Fachgeschäfte wie Metzgereien und Bäckereien könnten ihre Kundschaft leicht zum Mitbringen eigener Behälter motivieren, indem sie bspw. Rabatte anbieten. Der Lebensmitteleinzelhandel verfolgt die Entwicklung aufmerksam, einige große Genossenschaften, Bio- und konventionelle Supermarktketten experimentieren mit einer eigenen Umsetzung des Konzepts. Wird sich das Konzept im Mainstream etablieren können?

Ein Geschäft wie Unverpackt erfordert größeren Zeitaufwand und Engagement im Vergleich zu konventionellen Betrieben, wo moderne Technologien eingesetzt werden, um Prozesse zu optimieren.

Bei Unverpackt werden Lieferung, Lagerung und Auffüllen der Waren manuell verwaltet. Auch jedes Kundengefäß wird manuell gewogen und die Produkte einzeln im Kassensystem ausgewählt.

Vor diesem Hintergrund eignet sich das Konzept am ehesten für einen Rahmen von 100 bis

200m², wo sich die spezielle Logistik und Prozesse leichter realisieren lassen. Dennoch wäre es wünschenswert, das Konzept ganz oder teilweise auf konventionelle Lebensmittelanbieter zu übertragen, solange es ohne die Absicht von Greenwashing durchgeführt wird. Das grundlegende Ziel, Einwegprodukte zu reduzieren und die Mentalität unserer Wegwerfgesellschaft zu verändern, sollte konsequent berücksichtigt werden.

BLICK IN DIE ZUKUNFT

Unverpackt ist möglich! Doch das Konzept kann weiterentwickelt und verbessert werden. Die Lieferkette kann optimiert werden, indem Pfandsysteme standardisiert und vermehrt eingesetzt werden. Die verbleibenden Einwegverpackungen können durch leicht zu recycelnde Monomaterialien ersetzt werden.



Die verbleibenden Einwegverpackungen können durch leicht zu recycelnde Monomaterialien ersetzt werden. Und die Lieferkette kann um professionelle und voll integrierte Lager- und Kassensysteme (z.B. automatischer Datentransfer) ergänzt werden. Eine angepasste Gesetzeslage kann den Verkauf loser Waren ebenfalls unterstützen.

Die Gesetzgebung spielt eine wichtige Rolle bei der Unterstützung von verpackungsfreien Geschäften wie beispielsweise Unverpackt. Es gibt eine Reihe politischer Maßnahmen, die den Übergang von Einwegverpackungen zu Mehrwegverpackungen, Nachfüllsystemen oder idealerweise gar keiner Verpackung ermöglichen können. Zum Beispiel:

- Marktbeschränkungen (Verbote) bestimmter Verpackungssorten (z.B. nicht recycelbare Verpackungen);
- rechtsverbindliche Ziele zur Verbrauchsminderung und Wiederverwendung;
- wirtschaftliche Anreize, wie Steuern und Abgaben, um Nutzungs- und Konsummuster von Unternehmen und

Verbrauchern zu verändern, sowie eine Erweiterte Herstellerverantwortung mit der Zahlung von Gebühren.

Eine wirksame Öko-Regulierung der Kosten einer Erweiterten Herstellerverantwortung könnte sicherstellen, dass Unternehmen, die umweltfreundlichere Produkte und Verpackungen, wie beispielsweise Mehrwegprodukte, anbieten, entweder weniger zahlen oder von der Gebühr befreit werden¹.

Ein weiteres Thema ist die Förderung abfallarmer Lebensstile, wodurch die Konsumgewohnheiten der Verbraucher*innen verändert werden im Allgemeinen verändert würden. Unverpackt kann zum Multiplikator umwelt-freundlicher Lebensweisen werden.

Letztendlich muss eine Unverpackt 2.0 – Vision entwickelt werden, in welcher Prozesse effizienter gestaltet sind und das Konzept bis zu fünffach vergrößert werden kann. So kann Unverpackt leichter in den Alltag seiner Kund*innen integriert und von mehr Menschen erreicht werden.

1. zerowasteurope.eu/downloads/reusable-solutions-how-governments-can-help-stop-single-use-plastic-production/

Für weitere Informationen besuchen Sie:

zerowasteurope.eu

zerowaste-kiel.de

Oder kontaktieren Sie:

hello@zerowasteurope.eu

Quellen:

unverpackt-kiel.de

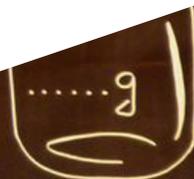
Heinrich-Böll-Stiftung und Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND): Plastikatlas 2019: www.boell.de/de/2019/05/14/plastikatlas

Möglichkeiten zur Abfallvermeidung von Verpackungen und Lebensmitteln im Einzelhandel", Marie Delaperrière,

Marc Delaperrière und Lena Braun, 2019, im Auftrag der MELUND (Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft,

Umwelt, Natur und Digitalisierung), Schleswig Holstein.

Bildnachweis: Berit Ladewig für Unverpackt und Unverpackt, unverpackt-kiel.de



1. BEHÄLTER



2. BEFÜLLEN
mit beliebiger Menge



Zero Waste Europe wurde gegründet, um Kommunen dazu zu ermutigen, ihre Beziehungen zu Ressourcen zu überdenken.

Eine wachsende Zahl von Regionen, lokalen Gruppen von Individuen, Unternehmen und Stadtoffizien unternehmen bedeutende Schritte zur Eliminierung von Abfällen in unserer Gesellschaft.

Autorin: Lena Braun

Fallstudie erstellt von Lena Braun, Marie & Marc Delaperriere

Visual design von Petra Jääskeläinen & Rossella Recupero

Zero Waste Europe 2019

Attribution-NonCommercial-ShareAlike

4.0 International



Zero Waste Europe gratefully acknowledges financial assistance from the European Union. The sole responsibility for the content of this event materials lies with Zero Waste Europe. It does not necessarily reflect the opinion of the funder mentioned above. The funder cannot be held responsible for any use that may be made of the information contained therein.

