



**27.-29.9.2022
NÜRNBERG**

Story

Juli 2022

Nachhaltigkeit funktioniert nur mit Blick aufs Ganze

1973 gründete Prof. Götz W. Werner mit der Eröffnung des ersten dm-Marktes ein Unternehmen, das seither für sein ganzheitliches und soziales Denken bekannt ist. Kein Wunder also, dass der Drogeriehändler auch bei nachhaltigen Verpackungen eine Führungsrolle einnehmen will.

Dass marktwirtschaftlicher Erfolg und Verantwortungsbewusstsein sich nicht ausschließen, zeigt dm als umsatzstärkstes Drogerieunternehmen in Deutschland seit vielen Jahren. Der Konzern mit 41.000 Mitarbeitenden will deshalb auch beim Thema Nachhaltigkeit, allen voran bei den Umweltauswirkungen der Produkte und ihrer Verpackungen, ganz vorne mitmischen. Mit derzeit mehr als 12.500 Artikeln in seinen Märkten und mehr als 18.000 im Online-Shop ist das keine leichte Aufgabe.

Um aussagekräftige Nachhaltigkeitsprofile zu erstellen, hat sich der Drogeriehändler deshalb wissenschaftliche Unterstützung bei der Universität Berlin geholt. „Für uns ist es wichtig, nicht nur einen Aspekt wie die Verpackung der Produkte herauszugreifen, sondern den gesamten ökologischen Fußabdruck unseres Sortiments stetig zu verbessern“, betont Dagmar Glatz, die für nachhaltigere Verpackungen bei dm verantwortlich ist. Durch diese Berechnungen konnte das Handelsunternehmen schnell die größten Verbesserungspotenziale finden und umsetzen.

Auch wenn der Anteil der Verpackung am CO₂-Fußabdruck und den Umweltauswirkungen der Produkte relativ gering ist, hat sich das Unternehmen auch hier ehrgeizige Ziele gesetzt und einige Meilensteine schon erreicht. So waren Ende 2021 33 Prozent der Kunststoffmengen der dm-Markenproduktverpackungen bereits aus Recyclingmaterial. Bis 2025 soll eine Recyclingfähigkeit von 90 Prozent der Verpackungen erreicht und die Kunststoffmenge im Verhältnis zur 2018 eingesetzten Menge um 45 Prozent reduziert werden. Bis dahin sollen alle Non-Food-Kunststoffverpackungen auch einen Rezyklatanteil von mindestens 50 Prozent aufweisen.

**Veranstalter
Organizer**
NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 86 06-0
F +49 9 11 86 06-82 28
fachpack@nuernbergmesse.de
www.fachpack.de

**Vorsitzender des Aufsichtsrates
Chairman of the Supervisory Board**
Marcus König
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg
Lord Mayor of the City of Nuremberg

**Geschäftsführer
CEOs**
Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

**Registergericht
Registration Number**
HRB 761 Nürnberg

Effizienter Materialeinsatz als Basis für umweltfreundliche Verpackungen

Hauptziel der Strategie ist es, Einsparungen am Verpackungsmaterial vorzunehmen. „Dieser Hebel ist besonders wirkungsvoll“, erklärt die Verpackungsexpertin. So konnten selbst bei bereits sehr dünnwandigen Flaschen aus Glas und Kunststoff bei genauerem Blick noch weitere Reduktionen vorgenommen werden. Dadurch alleine verringerte sich der Materialeinsatz noch einmal erheblich. „Wir sind nach wie vor dabei zu versuchen, so viel Primärverpackungsmaterial wie möglich einzusparen.“ Gleiches gelte auch bei Transportverpackungen. „Doch es ist nicht zielführend, bei der Produktverpackung einzusparen, wenn dann mehr Transportverpackung für den Schutz der Ware verwendet werden muss“, so Glatz. Deshalb ist sie überzeugt davon, dass nur der Blick auf das gesamte System die gewünschte Wirkung zeigt.

„Es gibt zwar noch Einsparpotenzial, aber das ist nicht unendlich“, sagt Dagmar Glatz. Dann könne das Einsparen lediglich über neue Produktkonzepte gelingen. Als Beispiele nennt sie feste Haarshampoos, feste Bodylotions oder feste Rasierschäume. Neue Produktkonzepte müssen aber in die Gesamtökobilanz passen: „Die Reduktion von Verpackungsmaterial darf nicht an anderer Stelle z.B. in der Produktion zu Verschlechterungen bei der Nachhaltigkeit führen.“

Wichtig sei dabei auch, sich nicht alleine auf Kunststoffe zu fokussieren, sondern alle Materialien auf ihre Nachhaltigkeit abzuklopfen. Es gelte für jedes Produkt einzeln abzuwägen, z. B. ob Glas oder recycelter Kunststoff die bessere Ökobilanz hat. „Alle Systeme müssen weiterentwickelt werden, sei es Kunststoff, Papier oder Glas“, unterstreicht Glatz.

Forum Rezyklat als Impulsgeber

Dass das nur in Zusammenarbeit mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette gelingen kann, war für dm schnell klar. Deshalb hat das Unternehmen 2018 mit dem Forum Rezyklat eine Plattform geschaffen, die Akteure aus Industrie, Handel, Entsorgern und Politik regelmäßig an einen Tisch bringt. „In diesem Rahmen ist mir ganz besonders aufgefallen, dass es nicht ausreicht, wenn dm seine Partner bei diesem Thema mitnimmt. Vielmehr müssen alle Marktteilnehmenden mit einbezogen werden, damit wir uns alle in die gleiche Richtung bewegen. Nur so kann meiner Meinung nach eine Kreislaufwirtschaft ermöglicht werden“, betont die gelernte Kunststofftechnikerin.

In den vergangenen Jahren hat das Forum Rezyklat viele Prozesse angestoßen und Fortschritte erzielt, wie die Kennzeichnung von Produkten mit hohem Recycling-Anteil. Ein wichtiger Meilenstein ist auch die Abbildung der Recycling-Anteile von Verpackungsmaterialien im GDSN, dem weltweiten Verbund zertifizierter Stammdatenpools. So ist es möglich, nachhaltigkeitsrelevante Informationen in den Liefernetzwerken transparent zu kommunizieren.

Das gab dm unter anderem die Möglichkeit am POS den Recyclinganteil von Verpackungen auszuloben. „Als wir entschieden haben, dass jedes Produkt mit einem Rezyklatanteil von über 70 Prozent am POS ausgelobt wird, wurden viele Hersteller aktiviert. Man konnte klar sehen, wie der Rezyklatanteil bei vielen Produkten in die Höhe geschneilt ist“, so Dagmar Glatz. Über das Forum Rezyklat wurde auch das zweite und ebenso wichtige Attribut festgelegt, nämlich die Recyclingfähigkeit. Spätestens im dritten Quartal 2023 sollen diese Werte ebenfalls im Barcode der Produkte hinterlegt sein. „Dass wir Verpackungen anbieten, die teilweise zu 100 Prozent aus Rezyklat bestehen, zeigt, dass die Vorstellung, dass nichts recycelt wird, nicht stimmen kann“, betont Glatz. Offensichtlich wird der Rezyklatanteil zum Beispiel durch die gräuliche Färbung der HDPE-Flaschen für Seifen und Co.

Der Kunde hat die Wahl

Die technologischen Entwicklungen für das Kunststoffrecycling schreiten auf vielen Ebenen voran. Deshalb behält dm immer einen Blick auf spannende Anwendungen. Dazu gehört CO₂-Recycling, bei dem sich aus abgefangenem Kohlenstoffdioxid wieder Basischemikalien für die Kunststoffproduktion gewinnen lassen.

Das Partnerunternehmen von dm, LanzaTech, hat eine biochemische Technologie entwickelt, um daraus Ethanol herzustellen. Das wiederum kann direkt als Inhaltsstoff in Produkten oder als nachhaltiger Rohstoff für Kunststoffverpackungen eingesetzt werden. Für einige PET-Verpackungen wird dieser Rohstoff inzwischen schon eingesetzt. „Dieses Verfahren haben wir bereits gesamtökologisch bewertet und die Zahlen sprechen dafür“, verrät Dagmar Glatz. Auf der FACHPACK 2021 wurde dieses Verfahren mit dem Deutschen Verpackungspreis ausgezeichnet.



**27.-29.9.2022
NÜRNBERG**

Was die Kunden angeht, ist es laut Glatz wichtig ihnen die Wahl zwischen nachhaltigen und konventionellen Produkten zu lassen. „Über die Auslobungen können sie klar erkennen, was ein Produkt nachhaltiger macht, sieht den Preis und kann sich anschließend ganz bewusst entscheiden. Wir machen keine grüne Ecke. Wir geben den Weg nicht vor, wollen aber bestmöglich informieren und die passenden Produkte anbieten“, fasst die Verpackungsbeauftragte von dm zusammen.

Ansprechpartner für Presse und Medien

Katja Feeß, Christina Freund

T +49 9 11 86 06-83 55

christina.freund@nuernbergmesse.de

Alle Presstexte sowie weiterführende Infos, Fachartikel, Fotos und Videos im Newsroom unter: **www.fachpack.de/news**

Weitere Services für Journalisten und Medienvertreter unter: **www.fachpack.de/presse**