



Quelle: kvegks

Die Hersteller veganer Produkte verlangen auch nach veganen Verpackungen.

# Der Markt wächst!

## Vegane Verpackung: Mehr als eine Lifestyle-Idee?

**Vegetarismus und Veganismus sind mehr als nur Ernährungsfragen. Sie sind Lebenskonzepte, die im wahrsten Sinne des Wortes über den Tellerrand der reinen Nahrungsaufnahme hinausgehen. Auch Verpacker sollten dieses Thema ernst nehmen, vegane Verpackungen? Wie macht man die schmackhaft? Mit etwas Tabasco?**

■ Im Supermarkt liegt das Fleisch ordentlich sortiert an der Theke; frisch und sauber verpackt reiht sich derweil im Kühlregal Schnitzel an Schnitzel, Bauchfleisch an Bauchfleisch. Fleisch wird als Produkt verkauft. Ob vom Großschlachter oder vom Biohof: Am Ende ist es eines von vielen Produkten, die auf dem Esstisch landen.

Vegetarismus, mehr aber noch Veganismus, sind nun zwei Lebenskonzepte, die eben genau dieses Produktdenken hinterfragen. Dieses Hinterfragen erscheint jedoch nicht selten als Glaubenskrieg, sodass sich zwei Fronten gegenüberstehen, die einander vielleicht angeifern, sich de facto aber nichts zu sagen haben. Wenn dann Fragen gestellt werden wie – „ist die Verpackung auch vegan?“ – führt dies auf der Gegenseite oft zu einem Lächeln, wenn nicht zu einem ironischen Kopfschütteln.

Googelt man den Begriff, so findet man viele Diskussionen über das Thema in entsprechenden (Lifestyle-)Foren. Wenn sich jedoch schon der siebte Google-Treffer primär gar nicht mit veganen Verpackungen, sondern veganen Kondomen auseinandersetzt, um Veganern auch beim Sex das Gefühl zu geben, auf der richtigen Seite des gesellschaftlichen Gedankenbettes zu liegen:

Fällt beim nicht-veganen Google-Nutzer unter Umständen die Klappe der unvoreingenommenen Informationssuche und gewisse Vorurteile nehmen ihren Lauf.

Schade eigentlich, denn das Thema ist keinesfalls so abwegig, wie es auf den ersten Blick erscheinen mag. Die Verwertung eines

Discounter wie Netto einen Wein wie den Bio Trebbiano d’Abruzzo DOC trocken für 2,19 Euro in der 0,75-Liter-Flasche offensiv als garantiert vegan bewirbt, dann ist das Thema im Mainstream angekommen.

Nur Hand aufs Herz? Veganer Wein? Wein ist im Grunde doch nur der vergorene

„Hersteller von veganen Verpackungen werden wir bevorzugen, auch wenn sie etwas teurer sind.“

**Peter Link, Geschäftsführer kvegks**



Quelle: kvegks

Nutztieres endet schließlich nicht an der Fleischtheke.

### ... vegane Kondome???

Woher kommt wohl das Leder der Lederschuhe? Tierisches Cholesterin lässt sich in Form von flüssigen Kristallen für LCD-Displays verwenden. Und im Weinhandel lacht über die Frage nach vegan hergestellten Weinen schon lange niemand mehr. Zwar fehlt es noch an exakten Zahlen bezüglich der Absatzzahlen veganer Weine und ihrem Anteil am Gesamtmarkt, aber: Wenn ein

Saft der Beeren der Weinrebe. Er wird in Flaschen verfüllt, dann verkorkt. Das ist doch von Haus aus ein veganes Produkt, oder etwa nicht?

Nein. Und diese Aussage gilt sowohl für den Wein als auch die Verpackung: Der Inhalt ist zwar nicht das Problem der Verpacker, soll aber kurz erklärt werden: Im so genannten Klärungsprozess eines Weines können Gelatine oder gar Proteine aus der Fischblase zum Einsatz kommen, das heißt: Es können sich tierische Spuren im Wein befinden. Und damit ist er nicht mehr per se

vegan! Gerade auf Gelatine verzichten viele Winzer schon lange, aber mehr und mehr Winzer stellen aufgrund der steigenden Nachfrage ihre Produktion generell auf alternative, garantiert vegane Klärungsprozesse um, bei denen Proteine aus Erbsen oder Weizen eingesetzt werden, sodass die Zahl veganer Weine generell steigt.

Die Weinflasche indes – ist aus Glas. Doch damit ist das Produkt immer noch nicht vegan. Warum? Ganz einfach: Da ist das Etikett. Wer ein rundum zertifiziertes

Sortimenten in den Supermärkten“, erzählt Peter Link, Geschäftsführer von kvegks, einer veganen Keksmannufaktur. „Wir backen vegane Kekse und Cracker, auch für einen veganen ‚Promi‘ und Private Label. Das Thema vegane Verpackung wird definitiv für uns in Zukunft im Fokus stehen“, sagt er und führt aus: „Vegan ist ein internationaler Trend; auf der Bioweltleitmesse BioFach in Nürnberg haben wir im Februar Anfragen aus aller Welt für unsere Produkte bekommen. Vegan ist in Djakarta, Peking und Bu-

„Wir legen Wert auf nachwachsende Rohstoffe, die nicht in Konkurrenz zu Energieträgern, Chemierohstoffen oder Nahrungsmitteln stehen.“

**Lutz Köhler, GF Gründrucken Verpackung**



Quelle: Gründrucken

Produkt anbieten möchte, sollte schon einmal herkunftszertifiziertes Papier verwenden. Und dann ist da natürlich der – Kleber. Der sollte kaseinfrei sein. Die Proteinmischung Kasein, welche bei der Herstellung als Bindemittel benutzt wird, wird nämlich aus Milch gewonnen (siehe auch Kasten).

### Rotbäckchen zeigt, wie es geht

Nicht nur Winzer achten inzwischen darauf, dass das Gesamtprodukt, also Inhalt und Verpackung, als vegan angeboten werden. Eine weithin bekannte Marke, die offensiv ihr veganes Gesamtprodukt bewirbt, ist der Rotbäckchen-Saft. Seit einigen Jahren schon wirbt das Unternehmen damit, dass auch bei der Verpackung (in diesem Fall das Label) keine Knochenleimkleber Verwendung finden und das Produkt selbst im gesamten Produktionsprozess vegan bleibt.

Die Vebu, die größte Interessenvertretung vegetarisch und vegan lebender Menschen in Deutschland, geht hierzulande von bis zu 7,8 Mio. Vegetariern und 900.000 Veganern aus. Dabei bezieht sich der Verein auf Zahlen des Allensbacher Instituts und des Markt- und Meinungsforschungsinstitutes YouGov.

Nun mag man die erstgenannte Zahl übertrieben finden, jedoch gehört Klappern zum Handwerk und der Trend ist nicht zu übersehen. „Der Markt für vegane Produkte ist im Mainstream angekommen, das zeigt sich auch in den immer größeren veganen

enos Aires genauso ein Thema wie hier in Europa und in Nordamerika sowieso.“ Und so kommt er auf das Thema Verpackungen: „100 Prozent vegan sind die von uns verwendeten Verpackungen leider noch nicht. Wir werden aber in diesem Jahr daran arbeiten und alle unsere Verpackungslieferanten mit dieser Frage konfrontieren. Denn wir sehen in einem über die gesamte Wertschöpfungskette 100 Prozent veganen Produkt einen Wettbewerbsvorteil.“ Und: „Hersteller, die uns das bieten können, werden wir bevorzugen, auch wenn sie etwas teurer sein mögen.“

Nicht nur in den Regalen der Biomärkte, auch in den Supermärkten und Regalen der Discounter stapeln sich also immer mehr vegetarische und vegane Produkte. Der Markt – gerade auch hier in Deutschland – wächst. „Insbesondere die drei umsatzstärksten Warengruppen – vegetarische und vegane Fleisch- und Milchalternativen sowie der Bereich Frühstück mit pflanzlichen Brotaufstrichen, Müsli und Cornflakes – konnten in den vergangenen fünf Jahren ein deutliches Umsatzplus generieren: Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate lag bei fast 17 Prozent. Damit lag das Marktvolumen für diese drei Warengruppen 2015 bei 454 Mio. Euro“, teilt das Institut für Handelsforschung IFH in einer aktuellen Pressemeldung mit.

Gerade jene Konsumenten, die diesem Segment des Handels zu immer weite-

## Kopf des Monats



Quelle: Galeria Kaufhof

**Marion Sollbach,  
Leiterin Nachhaltigkeit bei der  
Galeria Kaufhof GmbH**

Marion Sollbach ist seit 2010 als Bereichsleiterin Nachhaltigkeit bei Galeria Kaufhof tätig. Bei Metro begann sie 2002 in der Abteilung Nachhaltigkeit und Umwelt und verantwortete diesen Bereich ab 2005 als Abteilungsleiterin. Vor ihrer Tätigkeit bei Metro arbeitete die studierte Biologin als Umweltmanagerin im Gesundheitswesen und bei einem Recyclingunternehmen. Als Leiterin des Nachhaltigkeitsausschusses bei Kaufhof koordiniert sie diverse Nachhaltigkeitsmaßnahmen des Unternehmens. Zudem versteht sie sich als Impulsgeberin für neue Ideen und als Vermittlerin, gute Beispiele auszurollen.

Auf der Agenda von M. Sollbach steht vor allem die Weiterentwicklung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. Marion Sollbach (Jg. 1967) engagiert sich in Organisationen und Verbänden des Einzelhandels für Umwelt und Nachhaltigkeit. Sie ist seit 2010 Vorsitzende des Umweltausschusses des HDE, dort auch Mitglied des Präsidiums. Zudem ist sie Beiratsvorsitzende der Projektgesellschaft Zentrale Stelle und dort Mitglied des Lenkungsausschusses. „Ich engagiere mich für das Wertstoffgesetz als wichtige Umweltregelung, dabei ist bei Galeria Kaufhof der allergrößte Teil der Ware gar nicht verpackt.“ ns ■

ren Höhenflügen verhelfen, gelten als kritisch und anspruchsvoll. Bislang spielte die Verpackung für sie eine eher untergeordnete Rolle. Was aber einfach zu erklären ist: Wer jenseits der Fachkreise weiß denn schon, wie eine Verpackung eigentlich hergestellt wird? Papier ist irgendwie aus Holz, oder nicht?

Nur: Im Vegetarismus und Veganismus gehört der Blick über den Tellerrand zum Konzept. Und irgendwann wird der Blick auf die Verpackung gelenkt werden. Der Konsument will nicht nur wissen, woher seine Bio-cracker kommen – über kurz oder lang wird er eben auch die Frage stellen, woher der Karton kommt, in dem sie ausgeliefert werden. Und wenn es nicht der einzelne Konsument im Super- oder Biomarkt ist, dann gibt es Lobbyisten wie die Vebu, die schon dafür Sorge tragen, dass er irgendwann diese Frage stellen wird.

**Falsche Assoziationen**

„Jede Schachtel braucht einen Kleber, da kommt man nicht drumherum“, sagt Lutz Köhler, Geschäftsführer der Gründrucken Verpackung GmbH mit Sitz in Gießen. Faltschachteln, Deckelschachteln, Falthüllen, Trays, Schiebeschachteln, formfeste Schachteln, das Angebot des Gießener Betriebs entspricht den Standards eines mittelständischen Verpackungsunternehmens. Besucht man die Website, dann listet das reine Produktangebot nichts auf, was der Verpacker auf den ersten Blick als ungewöhnlich bezeichnen würde. Aber: Lutz Köhler kann garantieren, dass die von ihm ausgelieferten Verpackungen tatsächlich vegan sind. „Vegane Verpackungen“, lacht er, „das ist ein provokanter, wahrscheinlich sogar irritierender Begriff.“ Mehr noch als das: Es ist ein Begriff, der polarisiert, da er falsche Assoziationen weckt und nur unzureichend das tat-

sächliche Konzept greifbar macht. Ein ganzheitliches Konzept, in dem die vegane Verpackung nur einen Teilaspekt darstellt.

„Der Begriff der ‚vegane Verpackung‘ sagt ja nur aus, dass diese Verpackung, in unserem Fall eine Verpackung aus Karton, ohne Aufwendung tierischer Stoffe wie etwa Knochenleim hergestellt worden ist.“ Köhler freut sich zwar, dass der Begriff eine Öffentlichkeit jenseits der üblichen Fachzirkel generiert, im Internet in diversen Foren ausgiebig diskutiert wird und durch eine gewisse Präsenz in der Öffentlichkeit letztlich die Unternehmer unter Druck setzt, bessere Produkte zu liefern. Besser aber bedeutet für Köhler – nachhaltiger!

**Vegan ist nicht immer nachhaltig**

Viele von Köhlers Kunden sind Lieferanten von Bio-Supermärkten. In diesen findet man dann Verpackungen aus dem Hause Gründrucken Verpackung neben solchen, die auch von sich sagen, sie seien vegan, die aber keinesfalls die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen, die etwa Köhler von seinen Produkten verlangt.

„Bleiben wir beim Kleber“, gibt er ein Beispiel, das sich leicht erklären lässt: „Es bringt nichts, wenn ich einen nicht-vegane Kleber einfach gegen einen synthetisch hergestellten austausche. Ich vermittele dem Konsumenten damit vielleicht ein gutes Gefühl, wenn der weiß, die Verpackung, die er gerade aus dem Regal genommen hat, ist frei von tierischen Produkten. Aber dann geht der Karton daheim in die Blaue Tonne

**VR-Wissen**  
Die erfolgreiche VR-Reihe mit Langzeitwirkung.

Ausgabe 4/2016  
**„Verpacken mit Kunststoff“**  
erscheint mit VR 10/16 zur K 2016.  
Anzeigenschluss 22.09.2016



Fordern Sie Ihr Angebot bei Karin Hotz an:  
Tel. +49/(0)6104/606-321 oder Fax -323,  
k.hotz@kepplermediengruppe.de

**Achtung, nicht verpassen**  
Packaging 2016 – Wer macht was in der Verpackungsindustrie



**Die Marktübersicht Packstoffe/Packmittel erscheint in VR 7/16.**

Sie wollen Ihr Unternehmen listen lassen?  
Fordern Sie Ihren Fragebogen bei Karin Hotz an:  
Tel. +49/(0)6104/606-321 oder Fax -323,  
k.hotz@kepplermediengruppe.de  
**Einsendeschluss ist am: 6. Juni 2016**

**Info**

**Klebstoffe**  
Bei den eingesetzten Klebersubstanzen, Leimen, Kleistern und Klebstoffen unterscheidet man:

- **Glutine**, auch bekannt als Knochenleim, ein Eiweißprodukt hergestellt aus tierischen Substanzen. Manchmal auch als versteckte Beimengung bei synthetischen Klebern zu finden.
- **Kaseine**: Sie bestehen aus einer Eiweiß-Phosphorverbindung und werden industriell aus Milch gewonnen. Kritiker sehen sie daher in Lebensmittelkonkurrenz stehen.
- **Stärken und Dextrine**: Stärke ist eine organische Verbindung und daher ein Polysaccharid. Sie werden gewonnen aus Getreide, Mais, Kartoffeln (sind also nachwachsende Rohstoffe).



Vegan, innen  
und außen.

Quelle: Rotbäckchen

und da fangen dann die Probleme mit der Trennung von Verpackung und Leim an.“

Was zu der makaberen Pointe führe: Ein Glutinleim, also ein in Wasser löslicher, natürlicher Klebstoff, der aus tierischen Abfällen gewonnen wird, ist fürs Recycling unter Umständen nachteiliger als ein synthetischer Klebstoff. Lutz Köhler findet diese Schlussfolgerung zwar etwas überspitzt dargestellt: „Aber es lässt sich nicht ausschließen. Das heißt, ich als Hersteller einer Verpackung darf nicht nur einen Aspekt ins Auge fassen, nämlich, dass meine Verpackung frei von tierischen Stoffen ist, ich muss weiterdenken. Zum Beispiel: Wie verhält sich dieser Leim dann im späteren Recycling?“

Und dieses Weiterdenken führt dann vom Leim wiederum zum Druck. 1978 hat Köhler sein Unternehmen ursprünglich als Druckerei gegründet und damals, jung, idealistisch, gehörte er zu den ersten, die auch beim Druck auf Nachhaltigkeit setzten. „Die Druckfarbe muss frei sein von Mineralien, Kobalt und anderen Schwermetallen. Und natürlich frei von allen tierischen Zusatzstoffen.“ Beim Druck gibt es jedoch eine Schwachstelle: „Leider“, bedauert Köhler, „kann nach wie vor nicht sichergestellt werden, dass der verwendete Mineralölersatzstoff, nämlich Sojaöl, nicht aus genmanipulierten Anbau gewonnen worden ist.“

### Verantwortungsvoll verpackt

Das Prinzip, nach dem das Unternehmen aus Gießen arbeitet, nennt sich „Cradle to Cradle“, auf deutsch etwas weniger schwungvoll Ökoeffektivität genannt. „Eine umweltfreundliche Verpackung wird nicht allein durch das Material oder das Produktionsverfahren nachhaltig“, kann man auf der Unternehmenswebsite nachlesen. „Merkmale wie Materialersparnis, das Vermeiden von Doppelverpackungen, Möglichkeiten der Wiederverwendung sind dabei Teilschritte zum vollständigen Recycling. Je nach Anforderung an das Produkt arbeiten wir vorzugsweise mit Monomaterialien, die ein hochwertiges Recycling erleichtern. Bei der Ver-

wendung von Verbundstoffen stehen nachhaltige Lösungen im Vordergrund und dort, wo es sich anbietet, greifen wir auf recycelte Materialien zurück. Für Produkte, die wiederum eine Verpackung aus Frischfasern erfordern, legen wir Wert auf FSC-zertifizierte Materialien und nachwachsende Rohstoffe, die nicht in Konkurrenz zu Energieträgern, Chemierohstoffen oder Nahrungsmitteln stehen.“

Gerade auf den letztgenannten Punkt, das Vermeiden einer Nahrungsmittelkonkurrenzsituation, möchte Köhler in diesem Zusammenhang aufmerksam machen. Nachhaltigkeit, weiß er, bedeutet leider zu oft, dass auf einer Seite etwas eingespart wird, was auf der anderen Seite wieder verloren geht – man denke an den Biodiesel und den dafür notwendigen Maisanbau, dem seinerseits viele Agrarflächen zum Opfer gefallen sind.

Warum Köhler den Begriff „Cradle to Cradle“ der veganen Verpackung vorziehen würde, lässt sich aus der Übersetzung ersehen: Cradle heißt Wiege. Der perfekte Kreislauf sähe, stark vereinfacht, so aus: Aus Holz werden Fasern für die Papierherstellung. Aus Papier wird Recyclingpapier, daraus wird Pappe, aus der Pappe wird Wellpappe, das Faserleben ist vorbei. Die Wellpappe wird verbrannt, aber diese Asche ist frei von allen Schadstoffen, sodass sie wieder als Dünger taugt.

Köhlers Fazit: Dieser perfekte Kreislauf lässt sich mit dem, was gemeinhin vegane Verpackungen genannt wird, nicht erreichen, wenn, wie das Beispiel des synthetischen Klebers zeigt, eben Komponenten ins Spiel kommen, die dann den Recyclinghaushalt negativ beeinflussen. Als größten Störfaktor in diesem Recyclinghaushalt sieht Köhler übrigens Zeitungspapier. „Darin findet man ständig Mineralölrückstände, die kriegt man im Recycling nicht raus.“ Eine vegane Verpackung ist also mehr als der Verzicht auf tierische Komponenten bei der Herstellung. Für Verpacker, die dies beachten, könnte sich dies als Wettbewerbsvorteil bemerkbar machen.

So oder so: Wenn ein Lebensmittelproduzent von einem Verpacker eine „vegane“ Verpackungslösung verlangt, sollte dieser diesen Wunsch ernst nehmen. Tut er es nicht, macht es ein anderer. Der Markt wächst!  
Christian Lukas ■



## PACKSERVICE Co-Packing-Partner erfolgreicher Marken

Unsere Kernkompetenz ist das Co-Packing. Über 1 Mio. Displays, 7,2 Mio. Sleeves, 9,7 Mio. Shrinks, 5 Mio. Sortimentskartons und hunderttausende Coffrets verlassen jährlich die Produktionsstätten von PACKSERVICE, um am Point of Sale Verbraucher zu begeistern.

Ergänzt wird das Dienstleistungsportfolio durch Fulfillment, Textilservice, Montagearbeiten sowie Onsite-Management.

Mit über 1.200 Mitarbeitern an 20 Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz arbeiten wir an den Projekten erfolgreicher Marken. Und das seit mehr als 35 Jahren.



PACKSERVICE



[www.packservice.com](http://www.packservice.com)