



Chancen und Grenzen des unverpackt-Konzeptes

Erkenntnisse zum aktuellen Stand und Perspektiven des verpackungsfreien
Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland



Abb. 1:

Steckbrief

Das Forschungsprojekt an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde untersuchte das neuartige unverpackt-Konzept. Ziel war es, Chancen und Herausforderungen für sogenannte unverpackt-Läden zu identifizieren und Lösungen für die Praxis zu entwickeln. Außerdem sollten durch das Projekt die Akteure besser vernetzt werden. Darüber hinaus wurden Stellschrauben des Konzepts erfasst, um es weiterzuentwickeln, zu verbreiten und die Kooperation bestehender und geplanten Läden zu unterstützen.

Projektlaufzeit: 05/2016 - 01/2020

Empfehlungen für die Praxis

Aus dem mehrjährigen Projekt lassen sich folgende Empfehlungen für die Praxis ableiten

- Das Weglassen von Verpackungen bringt vielfältige Herausforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit sich, da die Funktionen von Verpackungen alternativ erfüllt werden müssen.
- Die Prozesse im Groß- und Einzelhandel sind an Einwegverpackungen angepasst; grundlegende Veränderungen sind schwierig.
- Gerade die Beschaffung ist sehr ressourcenintensiv und der Umgang mit Mehrweglösungen im Moment noch aufwändig.
- Gründer und Gründerinnen von neuen Läden sollten sich schon bei der Planung intensiv mit diesen Herausforderungen auseinandersetzen und können von der Erfahrung anderer lernen.
- Diverse Beratungsangebote (von Ladeninhabern und -inhaberinnen sowie vom unverpackt-Verband) helfen, gravierende Fehler zu vermeiden
- Für viele der Herausforderungen wurden im Projekt Lösungen entwickelt. Informationen finden Sie unter: www.netzwerk-unverpackt.de

„Das effektive Weglassen von Verpackung ist anspruchsvoll. Das unverpackt-Konzept hat allerdings großes Potential zur Transformation der Prozesse im Lebensmitteleinzelhandel.“

Dr. Melanie Kröger



Abb. 2: Blick in einen unverpackt-Laden

Hintergrund

Im Lebensmitteleinzelhandel und der zugrundeliegenden Wertschöpfungskette fallen zunehmend Verpackungen an. Von diesen wird nur ein Teil recycelt. Bis vor Kurzem hatte die Vermeidung von Verpackungsabfällen oder die Wiedernutzung von Transportbehältern im LEH keine Priorität. Seit einiger Zeit erhalten diese Aspekte jedoch mehr Aufmerksamkeit. „Zero Waste“ und „Verpackungsverzicht“ beschreiben einen Konsumtrend, mit dem weniger Verpackungsmüll verursacht werden soll. Seit 2014 eröffnen in Deutschland immer mehr Läden, die diesen Trend aufgreifen. Derzeit gibt es über 300 unverpackt-Läden in Deutschland. Sie erproben neue Wege der effektiven Verpackungs- und Abfallvermeidung und motivieren Hersteller, Lieferanten und Kunden zu neuen Lösungsansätzen.



Abb. 3: Perspektiven auf das unverpackt-Konzept

Ergebnisse

Im Rahmen des Projekts wurden sechs Perspektiven entwickelt, um das unverpackt-Konzept zu fassen, zu beschreiben und zu analysieren (Abb. 3). Jede Perspektive geht mit eigenen Herausforderungen einher und wurde gesondert betrachtet.

Verpackungen übernehmen verschiedene Funktionen (z. B. Schutz- und Transportfunktionen), die anderweitig erfüllt werden müssen. Das hat einige Herausforderungen zur Folge und betrifft oft die Umstellung von Handlungsmustern und Routinen auf allen Stufen der unverpackten Wertschöpfungskette. So gibt es bislang kaum standardisierten Prozesse, was die Beschaffung ressourcenintensiv macht. Die Aufgaben (Reinigung, Lager, Kommunikation) für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind anders als üblich. Auch rechtliche Bestimmungen und Kennzahlen (z. B. Wirtschaftlichkeit) müssen noch auf dieses Konzept angepasst werden. Ein Einkauf im unverpackt-Laden fällt nicht allen Kunden und Kundinnen sofort leicht. Läden können Neukunden und Neukundinnen bei neuen Routinen jedoch unterstützen.

Im Rahmen des unverpackt-Projektes wurde zusammen mit der Praxis eine Reihe von Materialien und Tools entwickelt, die beim Aufbau und der Leitung von Läden helfen können. Diese finden Sie unter: <http://netzwerk-unverpackt.de/projektergebnisse.html>

- Die sogenannte Tool-Box bietet umfangreiche, graphisch attraktiv gestaltete Tipps für Neukunden und Neukundinnen für einen ersten unverpackt-Einkauf.
- Mit dem Controlling-Tool gewinnen unverpackt-Läden eine Übersicht über wichtige wirtschaftliche Kennzahlen.
- Der Hygieneleitfaden (www.hygieneleitfaden-unverpackt.de) bezieht das existierende rechtliche Regelwerk auf die Bedingungen in unverpackt-Läden und bietet diesen Läden eine praxisnahe Hilfestellung bei Planung und Betrieb.



Abb. 4: Grafik aus der Tool-Box

Projektbeteiligte:

Prof. Dr. Jens Pape, Dr. Melanie Kröger und Alexandra Wittwer, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde

Kontakt:

Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde
Schicklerstraße 5, 16225 Eberswalde
Dr. Melanie Kröger
melanie.kroeger@hnee.de / Tel. +49 (0)3334 657-360

Abb. 1 und 2 © Meike Schulzik, Einzelhandel - zum Wohlfüllen (Münster)

Abb. 3, © Eigene Abbildung

Abb. 4, © Illustration und Design Ella Jost



Die ausführlichen Ergebnisse des Projekts
14NA025 finden Sie unter:
www.orgprints.org/38504/

Weitere Informationen finden Sie hier:
www.netzwerk-unverpackt.de, www.hygieneleitfaden-unverpackt.de, www.unverpackt-verband.de