



Wir müssen reden!

12.10.2018 - Düsseldorf / Mainz

Flugzeuge über Düsseldorf. Ziel: Die Henkel-Firmenzentrale. Mit dem Banner „Wir müssen reden!“ will die Marke Frosch das Unternehmen auffordern, gemeinsam Verpackungen so zu gestalten, dass sie am Ende nicht in der Umwelt oder dem Meer landen. Dabei geht es Frosch vor allem um die Verwendung von echtem Verpackungsmüll für neue Verpackungen. Denn nur so kann die Umwelt entlastet werden.

„Wir gehen in diesen Tagen in die Luft für die Verbraucher, denn wir wollen ein deutliches Zeichen für höchste Transparenz setzen, wenn es um die Herkunft von Recycling-Plastik geht“, sagt Wolfgang Feiter, Leiter Consumer-Marketing Deutschland bei Erdal-Rex.



Wir müssen reden! Die Marke Frosch und das dahinter stehenden Familienunternehmen Werner & Mertz nutzt unorthodoxe Mittel, um mit anderen Herstellern über echtes Kunststoffrecycling zu sprechen. Hannes Jaenicke kommentiert dies auf Facebook. Foto: Marke Frosch

Die Marke Frosch und das dahinter stehende Familienunternehmen Werner & Mertz setzen sich in der Recyclat-Initiative gemeinsam mit Partnern aus Industrie, Handel und NGO dafür ein, das Richtige richtig zu tun. Das bedeutet: Der Plastikmüll, der tagtäglich bei den Verbrauchern anfällt, wird zu neuen Verpackungen wiederverwertet. Plastik soll nicht einfach in Verbrennungsanlagen verheizt werden oder – noch schlimmer – weiterhin die Meere verpesten.



Bereits seit über fünf Jahren setzt die Recyclat-Initiative alles daran, das Allerbeste aus dem Kunststoffmüll aus den Haushalten zu machen: Einen immerwährenden Kreislauf – mit Altplastik aus dem Gelben Sack.

„Bei unserem Engagement wollen wir nichts unversucht lassen, um große Unternehmen wie Henkel zu motivieren, mit uns über eine hochwertige Kreislaufführung von Verpackungsmaterialien zu reden und auch mitzumachen“, so Feiter. Doch Nachhaltigkeit bedeute für die Marke Frosch darüber hinaus auch, Transparenz bei den Verbrauchern walten zu lassen. Dazu zählt auch ein klares Bekenntnis zur Herkunft des Rohstoff-Materials bei Recyclingverpackungen. „Wir finden, dass nur echtes Post Consumer Recyclat den Namen Recyclingplastik verdient“, so Feiter. Der Verbraucher verbinde richtigerweise mit dem Begriff „Recyclat“ ein Material, welches dem Post-Consumer-Strom entstammt – also aus den ihm vertrauten und bestehenden haushaltsnahen Sammlungen, wie beispielsweise Plastik aus dem Gelben Sack oder auch den bepfandeten Flaschensammlungen. Feiter weiter: „Wir gehen – anders als Henkel – davon aus, dass es den Verbrauchern nicht egal ist, woher das recycelte Material stamme.“ (siehe: hier)

PIR ist kein echter Verpackungsmüll

Leider werde das Vertrauen der Verbraucher in dieser Hinsicht zurzeit hart auf die Probe gestellt, bedauert Feiter. Denn was aktuell an Recyclingverpackungen aus Verpackungsmüll in den Handel gelange, bestehe nicht immer nur aus Kunststoffabfällen aus Privathaushalten. Es handele sich oftmals um Kunststoffabfälle aus der Industrie, sogenanntes Post-Industrial-Recyclat (PIR).

PIR sind Kunststoffe, die noch keine Gebrauchsphase durchlaufen haben und deren Wiederverwertung eigentlich direkt beim Verpackungshersteller erfolgt zur Verringerung der Materialverschwendung während des Produktionsprozesses. Daher landen PIR-Materialströme ohnehin mit sehr niedriger Wahrscheinlichkeit in der Umwelt. Sie sind in der Regel sortenrein, haben einen hohen Wiederverwendungswert und werden sogar gehandelt. Das bedeutet, dass PIR von den Herstellern allein schon aus wirtschaftlichen Erwägungen derzeit wiederverwertet wird. Es bedeutet aber auch, dass PIR kaum dazu beiträgt, die eigentliche Plastikabfall-Menge zu verringern – **schon gar nicht** nach Übergang zum Endverbraucher, wo die Potentiale am Größten sind.

Wird nun das PIR als Plastikflakes weiterverkauft und somit aus der eigenen Verwertungskette des Herstellers hinausgenommen, muss dieser Industrieabfall und Produkte aus diesem aber nicht mehr „Post-Industrial-Recyclat“ genannt werden, sondern darf – wie auch das benutzte Plastik aus Privathaushalten – einfach als „Verpackungsmüll“ bezeichnet werden. Es handelt sich also bei PIR genau genommen um Einwegplastik, das nun unter neuem Namen den Weg zum Endverbraucher findet. Mit der Ausnahme, dass das Material gut recycelt werden könnte – sofern es jemand macht. Aber dies passiert zur Zeit eben nicht – zumindest nicht durch diejenigen, welche das Material in Umlauf bringen. Sie führen stattdessen immer wieder weiteres neues PIR dem Plastikberg zu anstatt gebrauchtes Plastik zu verwerten. Es wird bewusst die Wertstoffquelle ignoriert, die am meisten Not tut und darüber hinaus sogar das größte Potential hat.



„Verpackungen aus diesem Material als Recyclingverpackungen auf den Markt zu bringen, ist eine Mogelpackung im wahrsten Sinne des Wortes, denn es führt nicht nur die Verbraucher komplett in die Irre, sondern konterkariert auch das Konzept einer echten Kreislaufwirtschaft. Hier wird gegenüber den Verbrauchern mit Recyclingmaterialien geworben, ohne sich wirklich die Mühe zu machen, den Plastikabfall der Verbraucher aufzubereiten“, warnt **Hannes Jaenicke, Umweltaktivist**, der sich gegen den wachsenden Plastikmüll in den Meeren einsetzt. Jaenicke sieht die einzige Chance darin, notwendige Verpackungen aus Plastik in einem geschlossenen Kreislauf zu führen und auf überflüssige Verpackungen einfach zu verzichten. <https://www.facebook.com/hannes.jaenicke.official/videos/307671659818574/>

„Wir von Frosch wünschen uns von allen Herstellern: Verspielen Sie nicht das Vertrauen der Verbraucher! Und verspielen Sie nicht eine Chance für unsere Umwelt und somit auch für eine Zukunft ohne Plastikmüllberge. Daher: Wir müssen reden, Henkel!“, so Reinhard Schneider, Inhaber von Werner & Mertz und Wegbereiter der Recyclat-Initiative.

Pressekontakt:

Werner & Mertz GmbH
Unternehmenskommunikation
Birgitta Schenz
Rheinallee 96
55120 Mainz

BSchenz@werner-mertz.com
Telefon 06131-964-20 28
Fax 06131-964-20 30