

Hack the Pack - Verpackung neu denken

Bereichsübergreifender Steelcase-Workshop zu nachhaltigerem Verpackungsmaterial

🕒 Lesen 6 Minuten

Kennen Sie das? Eine Ihrer Bestellung wird geliefert. Sie öffnen die Verpackung. Im Inneren des Kartons liegt das Produkt, in braunes Packpapier und Luftpolsterfolie eingeschlagen und festgezurt mit Plastikstreifen. Vielleicht ist in dem Paket auch noch Styropor oder anderes Füllmaterial zu finden.

Die Ware selbst ist noch zusätzlich verpackt in Plastikfolie und noch mehr Karton. Sollte sie zerbrechlich sein, ist es gut möglich, dass sie dennoch kaputt gegangen ist.

Zum Entsorgen muss der Karton zerlegt und vorher das Klebeband entfernt werden. Die anderen Materialien werden auf die verschiedenen Recyclingtonnen verteilt. Das Plastik muss zum Sammelcontainer gebracht werden. Und nachdem man sich damit so viel Arbeit gemacht hat, wandert doch der Großteil einfach in den Müll.

Wir Kunden wissen es schon lange und die Unternehmen verstehen langsam: Ins Verpackungsdesign sollte genauso viel Energie gesteckt werden wie in das Design des darin verpackten Produkts.

Im Februar 2020 traf sich deshalb ein bereichsübergreifendes Team, um Lösungen dazu zu finden, wie die Verpackungen bestimmter Produkte verbessert werden könnten. Kriterien waren hierbei Qualität, Nachhaltigkeit und Lieferung. Das Team wurde ins Leben gerufen, um zu prüfen, ob es möglich ist, Verpackungen so zu optimieren, dass es dem Planeten und den Steelcase-Kunden am meisten zugutekommt. Aus der Diskussion entstand ein Workshop mit dem Namen „Hack the Pack“ (Verpackung neu denken).

Experten aus den Bereichen Lieferung, Verpackung, Nachhaltigkeit, Qualität und sogar einige Steelcase-Fachhändler trafen sich in Grand Rapids, Michigan, USA, um bestimmte Produkte zuerst auszupacken und dann das Verpackungsdesign, den Materialabfall und die Entsorgungsoptionen für jedes Produkt zu prüfen. Im Verlauf des Workshops ermittelten sie die besten Möglichkeiten, innovative Produktverpackungen zu entwickeln. Die Teilnehmer hielten fest, was an der bestehenden Verpackung gut und was verbesserungsfähig war und wählten die vier Produkte mit dem größten Optimierungspotenzial aus, mit denen sie sich im Laufe des Jahres beschäftigen wollten.

Sie stellten sich folgende Fragen: „Wie viele verschiedene Arten von Verpackungsmaterial wurden für jedes Produkt genutzt?“ „Was kosten die Materialien?“ „Wieviel wird tatsächlich recycelt und landet nicht auf der Mülldeponie?“

Nicht nur Steelcase beschäftigt sich mit Design, das auch auf Recycling ausgelegt ist. Vor kurzem hat Ikea demonstriert, wie das Ektorp Sofa versandt wird: Es wird in verschiedene Pakete aufgeteilt, wodurch sich die Menge an Verpackungsmaterial um die Hälfte reduzieren ließ. So spart das Unternehmen nicht nur Verpackungsmaterial, sondern auch etwa 1,4 Millionen Dollar pro Jahr. Ein Hersteller von Tiefkühlpizza hat seine Pizza-Verpackung beispielsweise nur ein wenig verkleinert und konnte so 600.000 Dollar pro Jahr einsparen. Gutes Verpackungsdesign hat positive Auswirkungen auf so gut wie alles: Es werden Ressourcen gespart; es wird weniger Material verbraucht; Lagerung und Handling werden einfacher; der Spritverbrauch und die Emission von Schadstoffen verringern sich; es landet weniger Müll beim Endverbraucher und die Produkte kommen sicherer beim Kunden an.

Steelcase wurde vom US-Magazin ‚Newsweek‘ als eines der verantwortungsbewusstesten Unternehmen in den USA bezeichnet aufgrund unseres Engagements in den Bereichen Umweltschutz, Social Impact und Unternehmensführung — aber es gibt immer noch Luft nach oben. Steelcase hat vor kurzem CO2-Neutralität erreicht und sich im Anschluss das ambitionierte Ziel gesetzt, die Treibhausgasemissionen bis 2030 weiter drastisch zu reduzieren, um CO2-Negativität zu erreichen.

Steelcase arbeitet weiterhin bereichsübergreifend daran, Möglichkeiten zur Testung und Nutzung umweltfreundlicherer Materialien zu finden, um die Verwendung von Einwegplastikverpackungen einzustellen. Uns ist auch bewusst, dass die Erhöhung des Recycling-Anteils in unserem Verpackungsmaterial dazu beiträgt, zur Kreislaufwirtschaft überzugehen und wir bemühen uns deshalb, einen 100%igen Recycling-Anteil in so gut wie allen Einzelverpackungen zu erreichen.

[Erfahren Sie mehr über unser Engagement im Bereich Nachhaltigkeit.](#)

In Europa versucht unser Nachhaltigkeitsteam mit den europäischen Verpackungsverordnungen Schritt zu halten. Erich Craciun, der in München als Steelcase Projektmanager im Bereich Operations tätig ist, nahm sich die Beschwerden von Kunden und Fachhändlern zu Herzen. Diese beklagten, dass bei der Montage von Produkten – insbesondere bei Ology Arbeitsplatten – zu viel Verpackungsmüll zurückbleibt. Er fand heraus, dass für jede Arbeitsplatte knapp 2,5 Meter an Schaumstoff, 7,5 Meter Wickelfolie und 4 Stück Kunststoff-Eckenschutz verwendet werden. Zum Entpacken benötigt man durchschnittlich vier Minuten. Aber anstatt sich nur mit der Verringerung des Verpackungsmaterials selbst zu befassen, nahm sich Craciun Folgendes vor: Er wollte U-Profile aus 100 Prozent recyceltem Linerboard entwickeln, die direkt am Produkt befestigt werden können oder mit Riemen daran befestigt werden. „Beim Auspacken löst sich die Verpackung von selbst vom Produkt“, erklärt Craciun. Es ging ihm nicht darum, dasselbe besser zu machen, sondern ein Problem auf völlig neue Weise zu lösen.

Craciun hat auch das Konzept der Großverpackungen eingeführt. Anstatt acht Paar Stuhlbeine, acht Ology-Arbeitsplatten und acht Verbindungen, die alle separat verpackt sind, einzeln per Hand ein- und auszuladen — warum nicht alles in einem palettierten Paket zusammen transportieren? So konnte die Be- und Entladungszeit eines voll beladenen LKWs von etwa zwei Stunden auf 30 Minuten verringert werden. Die Produktqualität kann besser aufrechterhalten werden, da weniger Verpackung und Handling nötig sind, was wiederum die Kosten fürs Recycling verringert. „Ich möchte, dass jeder den gesamten Produktlebenszyklus vor Augen hat“, so Craciun. „Ich nenne das ‚Design mit Recycling im Blick‘.“

Craciun setzt sich stark für diese und weitere Veränderungen, wie z.B. eine Senkung des Kunststoffverbrauchs auf dem deutschen Markt innerhalb der nächsten zwei Jahre ein. Und sein Engagement findet Beachtung. Kollegen aus Spanien und der Tschechischen Republik haben ihn bereits gebeten, sie in Verpackungsfragen zu beraten und ihnen Muster seiner Verpackungsvorschläge zuzuschicken. Es ist Zeit, diesem oft vernachlässigten Bereich mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

Zwar wurden nicht alle Projekte, die im Rahmen von ‚Hack the Pack‘ entstanden sind, umgesetzt, aber es konnten deutliche Fortschritte erzielt werden. Zu den bisherigen Highlights zählen: eine Verringerung des Holzanteils im Packmaterial um mehr als 5.900 Kg pro Jahr und das Ersetzen von EPP-Schaumstoffblöcken durch Karton, was die Recyclingfähigkeit deutlich erhöht. Sie werden gerade in den Werken neu eingeführt. „Steelcase profitiert, die Umwelt profitiert und die Fachhändler profitieren“, freut sich Casey Dupuie, Leiterin der Steelcase Initiative zur Verringerung des CO₂-Ausstoßes und Organisatorin von Hack the Pack. Aufgrund dieser Änderungen am Design spart sich Steelcase 200.000 Dollar pro Jahr, hat die Nutzung von Schaumstoffformteilen aufgegeben und Verpackungen geschaffen, die sehr viel einfacher recycelt werden können.

Der Fokus liegt jetzt bei anderen Produkten, denn die Teams experimentieren mit neuen Innovationen im Verpackungsbereich. Zu den neuesten Projekten gehören:

- Der Einsatz von Großverpackungen für Screens, da hier das Potenzial besteht, deutlich weniger Wickelfolie und Schaumstoff zu verwenden.
- Überprüfung der Möglichkeit, große Sofas in Überseecontainern zu stapeln, um die Containerkapazität bestmöglich auszunutzen und so zusätzliche, durch den Transport entstehende Emissionen zu verringern.
- Reduzierung des Anteils an Schaumstoffformteilen in anderen Steelcase-Paketen.

Bald wird das Team eine weitere ‚Hack the Pack‘-Gruppe starten, um zusätzliche Produkte zu evaluieren. Denn Craciuns Argument ist gewichtig: „Wenn wir Geld sparen, die Umwelt schützen und dem Kunden das Leben leichter machen, profitieren wir auf allen Ebenen.“