

Presseinformation

01.02.2022

Henkel skizziert die wichtigsten Trends für die nachhaltige Zukunft von Verpackungen

Nachhaltigkeit für flexible Verpackungen und Papier in 2022 weiter vorantreiben

Düsseldorf - Im Jahr 2022 wird die Verpackungsindustrie weiter verstärkt auf Nachhaltigkeit setzen. Der Erfolg wird aber mehr branchenübergreifende Zusammenarbeit und Transparenz einfordern, prognostiziert der Geschäftsbereich Verpackungsklebstoffe von Henkel Adhesive Technologies. Die Herausforderungen für das kommende Jahr wurden Ende 2021 von Henkel gemeinsam mit Herstellern und anderen Experten aus der gesamten Lieferkette von Verpackungen und Konsumgütern auf den zweiten Henkel Sustainability Days diskutiert. Diese zukunftsweisende virtuelle Konferenz brachte Vertreter von über 900 Unternehmen aus rund 90 Nationen zusammen, darunter Experten und Insider aus der gesamten Branche. Zu den Teilnehmern gehörten Rohstofflieferanten, Verpackungshersteller und OEMs, Verbände, Einzelhändler und Recycler. Sie diskutierten intensiv über die Chancen und Herausforderungen, die mit ambitionierten Nachhaltigkeitszielen verbunden sind.

„Als einzigartiges Forum für die gesamte Branche haben unsere Sustainability Days dazu beigetragen, den Fokus auf einige der Schlüsselthemen zu lenken, mit denen die Industrie im Jahr 2022 konfrontiert sein wird – und die Agenda dafür festzulegen, wie wir als Branche zusammenarbeiten können, um echte Veränderungen zu bewirken“, erklärt Brandi Schuster, Leiterin der Abteilung Markt- und Kundenaktivierung für Verpackungsklebstoffe bei Henkel.

Der neue Standard

Im Jahr 2022 leben wir bereits in einer neuen Welt: Die Gesetzgebungen weltweit werden zunehmend verschärft, während viele Einzelhändler ihre Geschäftsstrategien ändern, um ihre eigenen Recycler einzubeziehen und daran zu arbeiten, die Nachfrage nach mehr Nachhaltigkeit mit der wachsenden Nachfrage nach Verpackungen in Einklang zu bringen.

Tilo Quink, Global Head of Packaging Adhesives bei Henkel, erklärt, dass diese Trends einen Paradigmenwechsel bedeuten: „Unsere Sustainability Days haben gezeigt, dass der 'neue Standard' für Verpackungen bereits eingetreten ist. Es liegt in unserer Verantwortung als führende Akteure in der Wertschöpfungskette, nicht nur die heutigen Herausforderungen im Verpackungsbereich zu sehen, sondern auch nachhaltige Lösungen zu liefern, die es allen nachgelagerten Akteuren – nicht nur unseren direkten Kunden – ermöglichen, auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben.“

Ganzheitliche Ansätze erforderlich

Im Jahr 2022 wird die Branche eine ganzheitliche Perspektive einnehmen müssen. Der Fokus auf die Kreislaufwirtschaft und das Design für Recycling muss jetzt als ‚business as usual‘ betrachtet werden. Genauso wichtig sind jedoch Aspekte, die sich mit der CO₂-Reduzierung und der Dematerialisierung befassen. Auch Tilo Quink warnt davor, sich zu sehr auf einen einzigen Bereich zu konzentrieren: „Wir sehen, dass in der gesamten Verpackungsindustrie eine enorme Energie in Richtung Nachhaltigkeit gerichtet wird, aber es ist wichtig, einen Tunnelblick zu vermeiden und eine einzelne Technologie nicht als die ultimative Antwort zu sehen. Auf dem europäischen Markt liegt der Schwerpunkt beispielsweise stark auf der Wiederverwertung, während man sich in den USA mehr auf Kompostierbarkeit und biologische Abbaubarkeit konzentriert. Keine der beiden Methoden bietet jedoch eine allumfassende Lösung, und beide schließen sich nicht gegenseitig aus. Eine faktenbasierte Bewertung aller Methoden und ihrer jeweiligen Umweltauswirkungen ist von entscheidender Bedeutung.“

Transparenz muss an erster Stelle stehen

Um Nachhaltigkeit zu erzielen, sind transparente Zertifizierungen und Testmethoden notwendig. Arne Jost, Senior Manager Circularity Assessment and Validation für Packaging Adhesives bei Henkel, erläutert: „Es ist unabdingbar, als Branche eine Richtung einzuschlagen, die offenere und transparentere Verfahren ermöglicht. Wenn ein Teil in der Wertschöpfungskette fehlschlägt, wirkt sich das auf uns alle aus – die Zusammenarbeit ist der Schlüssel zum Erfolg. Transparenz schließt also auch eine Transparenz für den Verbraucher mit ein, der im Klaren darüber sein muss, inwiefern verschiedene Verpackungsarten nach deren Gebrauch auch wieder ordnungsgemäß entsorgt werden müssen.“

Lieferanten müssen mehr nachhaltige Lösungen anbieten

Marken- und Verpackungshersteller, die den Einfluss ihrer Produkte auf die Umwelt weitgehend reduzieren wollen, sollten Gleiches von ihren Lieferanten erwarten. „Als einer der führenden Anbieter und Partner der Verpackungsindustrie sind wir davon überzeugt, dass wir eine entscheidende Rolle dabei spielen, unseren Kunden mit diesen Herausforderungen

zu helfen – deshalb fordern wir uns selbst dazu heraus, nachhaltiger mit unseren Produkten und Prozessen zu werden“, erklärt Quink. „Im Jahr 2022 können und sollten Marken- und Verpackungshersteller damit rechnen, ihre Lieferketten danach auszurichten.“ Bei Henkel hat ein langjähriges strategisches Engagement für Nachhaltigkeit bereits zu leistungsfähigen Lösungen geführt, die die Umweltauswirkungen verringern. Diese umfassen neue UV-Aushärtungstechnologien mit geringerem Energieverbrauch, welche dank des Ausbaus der Produktionskapazitäten in Europa und neuer Produktionsanlagen in den Vereinigten Staaten besser verfügbar und leichter zugänglich gemacht werden. Zudem arbeitet Henkel daran, den Einsatz von Ressourcen und Abfall zu reduzieren. Henkel arbeitet ebenso daran, den Ressourcenverbrauch und die Abfallmenge durch Maßnahmen wie die Lieferung von Flüssigklebstoffen als Bulkware per Tankwagen zu reduzieren.

Alle Präsentationen der Henkel Sustainability Days sind [hier](#) auf Abruf verfügbar.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von über 20 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit rund 53.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Kontakt: Oliver Jüntgen
E-Mail: oliver.juentgen@henkel.com

Pressestelle: Vincent Zimmermann
E-Mail: henkel.adhesive-technologies@emanatepr.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA

Das folgende Bildmaterial ist verfügbar:



Tilo Quink, Global Head of Henkel Packaging Adhesives



Brandi Schuster, Head of Market and Customer Activation für Henkel Packaging Adhesives



Arne Jost, Senior Manager Circularity Assessment & Validation für Henkel Packaging Adhesives



In ihrem zweiten Jahr verzeichneten die Henkel Sustainability Days 2.500 Anmeldungen von über 900 Unternehmen. Während der dreitägigen Konferenz wurden 40 Präsentationen von 28 Unternehmen aus der gesamten Wertschöpfungskette der Verpackungs- und Konsumgüterindustrie präsentiert.