

Das Siegerprojekt von Emmi

In enger Kooperation mit Coop hat Emmi die Milch im **Mehrwegglas** nach Jahrzehnten zurück ins Regal von Supermärkten gebracht.

DENISE WEISFLOG

Schweizerinnen und Schweizer sind Recyclingweltmeister, doch für gewisse Verpackungen fehlen landesweite Wiederverwertungssysteme. So können beispielsweise Getränkekartons, die aus verschiedenen Materialien bestehen, nur punktuell an Sammelstellen abgegeben werden. Dass sie deshalb zum grössten Teil im Hausmüll landen, missfällt umweltbewussten Konsumentinnen schon lange. Diese Tatsache nahm die Schweizer Milchprodukteherstellerin Emmi zum Anlass, ihre Verpackung für Biomilch zu überdenken.

Es kommt auf die Transportwege an

Wie das Unternehmen schreibt, kämen verschiedenen Studien zur Ökobilanz von Getränke- und Milchverpackungen zu unterschiedlichen Ergebnissen. Allen gemeinsam sei jedoch, dass Transportweg und Umlaufquote die kritischen Erfolgsfaktoren seien, damit Mehrwegglas neben dem Schlauchbeutel zur nachhaltigsten Verpackungslösung werde. Gemäss einer österreichischen Studie von 2019 würden die Mehrwegflaschen ab einem Umlauf von 15- bis 20-mal gegenüber Getränkekartons besser abschneiden. In einer Kooperation mit Coop bringt Emmi Schweiz daher die Milch im Mehrwegglas nach Jahrzehnten zurück ins Regal. Seit November bieten über hundert Supermärkte in den Regionen Nordwestschweiz, Zentralschweiz und Zürich die Coop-Naturaplan-Biovollmilch im Mehrwegglas in ei-

ner Testphase an. Da das Produkt laut Emmi und Coop ein voller Erfolg ist und der Kreislauf funktioniert, werden die Verkaufsregionen ab Herbst 2023 stark ausgeweitet. Die pasteurisierte Biovollmilch ist in Ein-Liter-Glasflaschen erhältlich und kostet 2.45 Franken. Dazu wird ein Pfandbetrag von 30 Rappen erhoben, der bei der Rückgabe zurückbezahlt wird. Coop engagiert sich damit für die Reduktion von Einwegverpackungen, und Emmi kommt ihrem Nachhaltigkeitsziel, bis 2027 100 Prozent recycelbare Verpackungen einzusetzen, einen Schritt näher, wie es in der Bewerbung für den Promarca-Nachhaltigkeitsaward heisst.

Wie die beiden Unternehmen mitteilen, wurde das Projekt mit hoher Priorität umgesetzt. Seitens Emmi arbeitete ein Team von zehn Personen an der Umsetzung. Bei der Planung und Umsetzung arbeitete Coop eng mit Emmi zusammen. Es sei für beide Seiten ein sehr komplexes Projekt gewesen, bei dem alle Teams Neuland betreten hätten. Die Zusammenarbeit habe dank einer ausgeprägten Start-up-Mentalität auf beiden Seiten sehr gut funktioniert. Deshalb sei es gelungen, innerhalb von nur neun Monaten sowohl die Abfüllung wie auch die Auslieferungs- und Rücklauflogistik inklusive Reinigung der Flaschen aufzubauen.

Zurzeit konzentriert sich Emmi ausschliesslich auf Biomilch in Mehrwegflaschen. Dies, weil Marktdaten zeigen, dass der Absatz der konventionellen Kuhmilch in der Schweiz seit Jahren rückläufig ist, während die Nachfrage



Gewinnerin: «Milch im Glas!» erhält den Promarca-Nachhaltigkeitsaward 2023.

nach Biomilch überdurchschnittlich zunimmt. Wie es vonseiten des Unternehmens heisst, würden interne und externe Studien belegen, dass insbesondere die Käufer und Käuferinnen von Biomilch viel Wert auf nachhaltige Verpackungen legen und auch bereit seien, dafür etwas tiefer in die Tasche zu greifen.

Laut einer Sprecherin von Emmi können die CO₂-Emissionen, die bei der Herstellung und Entsorgung von Verpackungsmaterial entstehen, durch

Mehrweglösungen verringert werden. Das Projekt «Milch im Glas» habe primär einen Einfluss auf die vor- und nachgelagerten Lieferketten. Zwar sei Glas bei der Herstellung CO₂-intensiv, bei einer Mehrfachnutzung entstehe jedoch ein positiver Effekt – auch weil weniger Abfall entstehe. Um den ökologischen Nutzen zu maximieren, seien eine hohe Umlaufquote sowie kurze Transportwege wichtig. Daher fokussiere Emmi Schweiz darauf, diese beiden Aspekte zu fördern.

Promarca-Nachhaltigkeitsaward

Der Award Zum ersten Mal in seiner fast hundertjährigen Geschichte führt Promarca, der schweizerische Markenartikelverband, 2023 einen Nachhaltigkeitsaward durch. Zahlreiche Projekte von Schweizer und internationalen Unternehmen wurden eingereicht, und dabei überlegten fünf Innovationen die Jury besonders: Neben dem Sieger Emmi wurden auch die Firmen Mam Baby, Nestlé, Sodastream und P&G ausgezeichnet.

Auch zum SDG-Ziel 12, «Verantwortungsvoller Konsum und Produktion», leiste man einen Beitrag: Gegenwärtig konsumiere die Weltbevölkerung mehr Ressourcen, als ihr zur Verfügung stehe. Ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen müsse diesem Trend entgegenwirken. Die Mehrwegflasche leiste einen Beitrag zur Förderung der Kreislaufwirtschaft in der Schweiz. Diese sei ein wichtiger Hebel, um Ressourcen zu schonen und unnötige Abfälle zu vermindern. Das Kooperationsprojekt von Emmi Schweiz und Coop, «Milch im Glas!», überzeugte die Jury des Promarca-Nachhaltigkeitsawards von allen eingereichten Beiträgen am meisten, weshalb es als Sieger aus diesem Wettbewerb hervorgeht.

«Bei Verpackungen setzen wir auf Kreislauf»

INTERVIEW: DENISE WEISFLOG

Wie bei allen Getränken ausser Wasser ist bei Milch die Ökobilanz des Inhalts schlechter als jener der Verpackung. Hätte es da nicht mehr Sinn gemacht, woanders anzusetzen als bei der Verpackung?

Mit unserer Vision «Net Zero by 2050» weiten wir die CO₂-Reduktionsziele auf unsere gesamte Wertschöpfungskette aus – von der Produktion über die Verarbeitung bis hin zur Verpackung – und schwenken auf einen Netto-null-Pfad ein. Gemeinsam mit unseren Milchproduzenten haben wir uns bis 2027 zum Ziel gesetzt, 25 Prozent CO₂e pro Kilogramm Milch zu reduzieren. Dabei unterstützt Emmi den Branchenstandard nachhaltige Schweizer Milch und dessen Weiterentwicklung. Mit dem Ressourcenprojekt «Klimastar Milch» verfolgen wir das Ziel, wissenschaftlich abgestützte Erkenntnisse zu gewinnen, um die Schweizer Milchwirtschaft im Hinblick



Sara Hesseling ist Head Marketing Dairy bei Emmi.

auf Klimaschutz sowie Ressourceneffizienz nachhaltiger und wettbewerbsfähiger zu machen. Mit gezielten Energieanalysen und Reduktionsmassnahmen sowie zunehmendem Einsatz von alternativen Energieträgern verpflichten wir uns, unsere innerbetrieblichen Emissionen bis 2027 um 60 Prozent zu senken. Bei Verpackungen setzen wir auf Kreislaufwirtschaft, machen sie bis 2027 100 Prozent recycelbar und setzen dabei mindestens 30 Prozent rezykliertes Material ein. Unsere Milch im Glas reiht sich in unser langjähriges Nachhaltigkeitsengagement ein.

Laut diverser Studien schneidet bei der Milchverpackung der PE-Beutel am besten ab. Weshalb setzt Emmi dennoch auf Mehrwegglasflaschen?

Der PE-Beutel ist aufgrund des geringen Kunststoffesatzes eine sehr ökologische Verpackung für Milch. Jedoch besteht bei diesen Beuteln die Gefahr von Produktverlusten – sei es in der Produk-

tion, Logistik oder beim Konsum. Diese Verluste machen die Vorteile aus reiner Verpackungssicht wieder zunichte. Zudem haben Beutel Nachteile im Handling wie Wiederverschliessbarkeit, Restentleerung, Stapelung oder undichte Packungen. Dies belegen auch die stagnierenden Verkaufszahlen dieser Produkte. Emmi setzt auf Kreislaufwirtschaft. Deshalb bevorzugen wir für die Verpackung von Milch Mehrwegglas oder PET-Flaschen, für die ein geschlossener Kreislauf möglich ist. Weiter setzen wir auf Getränkekartons, die in naher Zukunft auch in der Schweiz rezykliert werden können.

Was musste beim Design der Flaschen beachtet werden?

Mit Blick in die Zukunft haben wir darauf geachtet, Standardflaschen zu verwenden. Sogenannte Poolflaschen sind wichtig, um einen nachhaltigen Kreislauf zu ermöglichen. Individuelle Flaschenformen führen zu Mehraufwand in der Sor-

tion, beim Waschen und in der Logistik. Das Design wurde von Coop für seine Bio-Linie Coop Naturaplan erstellt. Neu war hier die Halsetikette, die sich über den Deckel zieht und die Erstöffnungsgarantie sicherstellt.

Wie viele solcher Flaschen sind zurzeit im Umlauf?

Seit dem Start im November 2022 sind rund 60 000 Flaschen im Umlauf – entweder in den Filialen oder bei den Konsumentinnen und Konsumenten.

Wie kommt die neue Verpackung bei den Konsumentinnen an?

Das Produkt ist ein voller Erfolg, und der Kreislauf funktioniert bestens. Das Angebot wird deshalb in Kürze ausgeweitet. Neu wird die Milch im Glas auch in der Coop-Verkaufsregion Bern erhältlich sein und zudem werden in der Region Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich zusätzliche Verkaufsstellen mit den Mehrwegflaschen beliefert.

Inklusiv – und barrierefrei zugänglich

Procter & Gamble gelangte mit der Verpackung für **Ariel** unter die ersten Fünf des Promarca-Nachhaltigkeitsawards 2023.

DENISE WEISFLOG

Auf Social Media findet man unzählige Beiträge von Menschen, die sich über die unpraktischen Boxen für Waschmittelpads ärgern: Sie bestehen aus nichtökologischen Materialien, sind sperrig und besonders für Personen mit körperlicher Beeinträchtigung kaum zu öffnen. Dies wollte der internationale Konsumgüterkonzern Procter & Gamble (P&G) ändern. Dank der neuen Ecoclix Box für Lenor und Ariel sparen Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz, Österreich und Deutschland bis zu 900 Tonnen Plastik im Jahr. Die Verpackung besteht aus Karton, zu mindestens 70 Prozent aus

recyclten Fasern, ist FSC-zertifiziert und komplett recyclingfähig. Die Ecoclix Box ist Teil der Nachhaltigkeitsstrategie von P&G. «Mit seinem Programm «Ambition 2030» setzt sich P&G ehrgeizige Ziele und hat wesentliche Massnahmen definiert, um nachhaltigen Konsum in der Breite der Gesellschaft zu verankern», sagt ein Unternehmenssprecher. Dazu gehörten zu 100 Prozent wiederverwendbare oder recycelbare Verpackungen bis 2030 sowie die Reduzierung des Einsatzes von Neuplastik in Verpackungen um die Hälfte.

Für Kinder nicht zu öffnen

Mit dem Design der Ecoclix Box habe man nicht nur eine Verpackung schaffen wollen, mit der man viel Plastik einsparen könne und die sich einfach im Altpapier entsorgen lasse. «Es sollte eine inklusive Verpackung sein, die barrierefrei zugänglich ist, auch für Verbraucherinnen und Verbraucher mit visuellen, motorischen oder kognitiven Beeinträchtigungen.

Gleichzeitig sollte sie für Kinder nicht zu öffnen sein», heisst es vonseiten des Unternehmens. Die Ecoclix Box sei deshalb über einen Zeitraum von vier Jahren mit viel Fingerspitzengefühl für Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen entwickelt worden. Es wurden mehr als zehn Patente angemeldet und über 2500 Verbraucherinnen, und Verbraucher aus ganz Europa hätten den Umgang mit der neuen Verpackung geprüft. Die Box sei so gestaltet, dass sie für Erwachsene einfach zu öffnen sei – auch wenn sie beispielsweise eine motorische Einschränkung hätten – und gleichzeitig für Kinderhände verschlossen bleibe. Auch dies sei mit Kleinkindern im Alter von bis zu drei Jahren getestet worden.

«Die Verpackung trägt zudem auf der Oberfläche taktile Marker – eine tastbare Markierung – in Form einer Waschmaschine. Dieses Hilfsmittel wurde entwickelt, damit Menschen mit eingeschränktem Sehvermögen schnell und einfach erkennen können, dass sie ein Waschmittel in



Für die neue Kartonverpackung von Ariel wurden rund zehn Patente angemeldet.

den Händen halten», sagt der Sprecher. Ausserdem Sorge die Navilens-Technologie auf der Verpackung dafür, dass die wichtigsten Produktinformationen auch für diese Menschen zugänglich seien. Als App auf dem Smartphone installiert, scanne Navilens einen Code auf der Box und gebe wichtige Informationen zu Verpa-

ckung und Inhaltsstoffen per Audiodatei oder als Text in Grossschrift an die User weiter.

Doch auch der Inhalt der Ecoclix Box sorgt für mehr Nachhaltigkeit: Die Wasserkraft der Pods ermögliche es, die Wassertemperatur auf 30 Grad Celsius oder 40 Grad Celsius herunterzudrehen, was die CO₂-Emissionen pro Waschgang bis zu 38 Prozent verringere. Darüber hinaus würden Konsumentinnen und Konsumenten infolge einer tieferen Stromrechnung auch noch Geld sparen.

Eine Reduktion der Transportemissionen wurden durch das Design erreicht. Mittels starkem Kompaktieren können 50 Prozent mehr Packs pro Palett geladen werden, was diese besser stapelbar macht, was sich wiederum positiv auf die Transportemissionen auswirkt.

All diese nachhaltigen Errungenschaften überzeugten die Promarca-Jury und sie nominierten das Projekt für den Award von 2023.