



Erfolgreich im E-Commerce mit nachhaltiger Versandverpackung

Wie Sie Ihren Online-Handel auf nachhaltige Verpackungen umstellen

Herausforderungen, Lösungen und Tipps für nachhaltigere Verpackungsprozesse im anspruchsvollen E-Commerce- und Online-Händleralltag.

Schritt für Schritt zur nachhaltigen Verpackung in E-Commerce und Online-Handel

INHALT

Einleitung

Nachhaltige Versandverpackung im E-Commerce etablieren
Erfolgreich mit nachhaltiger Versandverpackung

Welche Möglichkeiten bestehen für E-Commerce und Online-Händler, ihre Verpackung nachhaltiger zu gestalten?

Die Versandverpackung
Das Packband
Die Unterverpackung
Das Füllmaterial
Die Lagerung
Die Retouren
Ladungssicherung
Marketing und Information
Weitere Schritte zur Umstellung

Expertenmeinungen

Henrik Sørensen, Spezialist Verpackungsoptimierung
Mathias Pfannschmidt, Nachhaltigkeitsexperte

Aus der Praxis

Best Practice: Papier als Füllmaterial

Fazit

Fazit und konkrete Tipps für die richtige Lieferantenauswahl

Über ratioform, Kontaktdaten





Nachhaltige Versandverpackung im E-Commerce etablieren

Artikel sollen so schnell wie möglich, zu einem gewünschten Zeitpunkt, qualitativ hochwertig und inzwischen auch nachhaltig zum Käufer geliefert werden. E-Commerce und Online-Handel stehen vor einer immensen Herausforderung, um die zunehmenden Bedürfnisse der Käufer zu erfüllen.

In diesem Whitepaper soll es darum gehen, vor allem E-Commerce-Plattformen und Online-Händlern aufzuzeigen, was Nachhaltigkeit im Verpackungsumfeld konkret bedeutet. Wir möchten aufzeigen, welche Ansätze und Möglichkeiten es gibt und welche Alternativen sinnvoll sind.

Sie fragen sich, wie Sie das Thema angehen können? Wir möchten Ihnen in diesem Whitepaper ganz konkrete Umsetzungshilfen geben und Ihnen zeigen, wie die nächsten Schritte aussehen können. Von der Beratung und Analyse hin zu Lösungsansätzen, die unterschiedlichen Komponenten auf nachhaltige Alternativen umzustellen, geben wir Ihnen umfangreiche Informationen. Neben der Versandverpackung werden Packhilfsmittel

wie Packband, Unterverpackungen, Füllmaterial genauso eine Rolle spielen wie die optimale Lagerung, das Retourenmanagement oder die Ladungssicherung. Selbst über Marketingaspekte im nachhaltigen Verpackungsumfeld können Sie sich informieren.

Ein E-Commerce-Unternehmen oder Online-Händler kann durch eine nachhaltige Verpackungsstrategie und optimale Packmittel einen signifikanten Wettbewerbsvorteil erreichen. Deshalb lassen uns in diesem Whitepaper Experten an ihrem Wissen teilhaben und geben Praxistipps, wie Nachhaltigkeit eingeführt werden kann und welche Schritte zur Verpackungsoptimierung erforderlich sind.

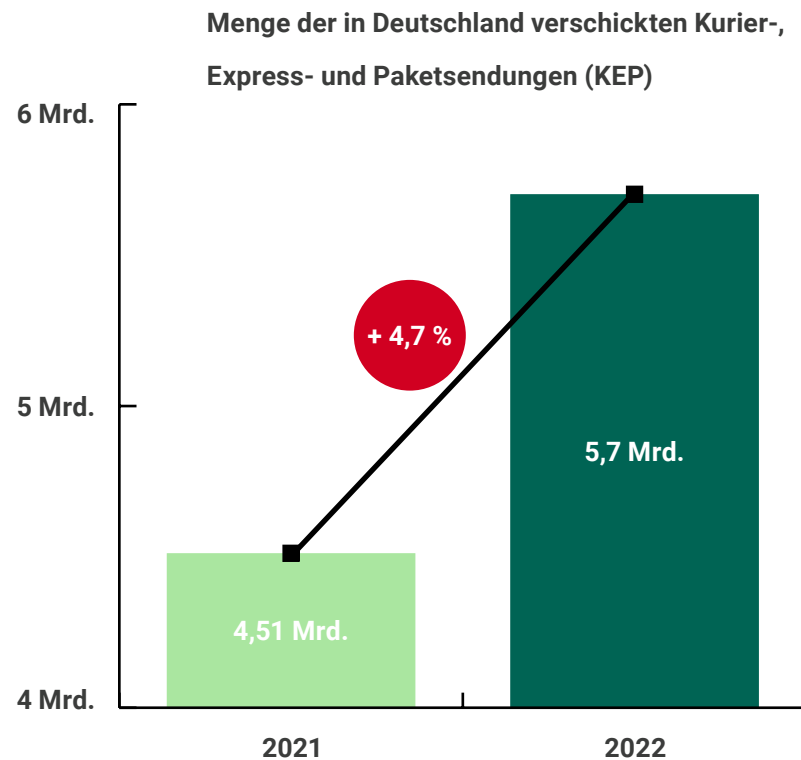
Will man bei seinen Warenempfängern als nachhaltig wahrgenommen werden, müssen alle Komponenten aufeinander abgestimmt sein. Mit den Informationen aus diesem Whitepaper und den Tipps zur richtigen Auswahl eines kompetenten Verpackungspartners werden Sie einen großen Schritt weiterkommen, um bei Ihren Warenempfängern mit rundum nachhaltiger Verpackung zu punkten.

Erfolgreich mit nachhaltiger Versandverpackung



Sustainable Packaging oder auch nachhaltiges Verpackungsmanagement ist kein neuer Trend – vielmehr ist die Entwicklung zu mehr Nachhaltigkeit eine gesellschaftliche Entwicklung. Konsumenten aller Branchen sind sich des Themas mehr als bewusst und inzwischen auch bereit, etwas dafür zu tun. 53 Prozent aller Käufer fordern von Herstellern und Lieferanten entsprechende Angebote und sind gewillt, Mehrkosten für mehr Nachhaltigkeit zu tragen oder längere Lieferzeiten in Kauf zu nehmen, wie die Studie der DHL

Online Shopper Survey 2022 bestätigt.* Parallel entwickelt sich neben der allgemeinen Nachfrage nach Nachhaltigkeit, das Konsumverhalten weg vom stationären Handel hin zu E-Commerce und Online-Handel. In Kombination sorgen diese beiden Entwicklungen aktuell für neue Herausforderungen im E-Commerce und Online-Handel, die auch vor dem Thema der Verpackung keinen Halt machen.



Laut Bundesverband Paket und Expresslogistik (BIEK) wurden 4,51 Mrd. Kurier-, Express- und Paketsendungen (KEP) im Jahr 2021 in Deutschland verschickt. Sogar mit einem jährlichen Sendungswachstum von 4,7 Prozent auf rund 5,7 Mrd. Sendungen ist zu rechnen, schätzt der BIEK.** Das heißt, hier verbirgt sich ein enormes Potenzial, wenn es um umweltfreundlichere und nachhaltigere Verpackungen geht.

Nach einer Online-Umfrage von Kantar Public im Auftrag des Verbandes der Wellpappen-Industrie e.V. (VDW) der deutschen E-Commerce-Kunden sind der Meinung:

75 %

Die vollständige Recyclingfähigkeit des Materials gehört zu den Eigenschaften, die umweltfreundliche Verpackungen auszeichnen.

72 %

Prozent der Umfrageteilnehmer streben an, Plastik bei der Verpackung zu vermeiden.***

Setzt man dies noch in Verhältnis zum jährlichen Sendungszuwachs, wird klar: Das Thema wird über kurz oder lang alle E-Commerce Plattformen und Online-Händler beschäftigen.

Wer sich mit dem Thema auseinandersetzt, liest Stichworte wie Kreislaufwirtschaft und Materialkompetenz, die nicht nur bedeutender werden, sondern auch als Wettbewerbsvorteil ausschlaggebend sein können. Aber wie erreichen Unternehmen mehr Nachhaltigkeit bei ihren Verpackungslösungen?

Dafür schauen wir uns als Erstes die Besonderheit der Verpackungen in E-Commerce und Online-Handel an: Neben erstklassigen Produkten hinterlässt die Verpackung den allerersten haptischen Eindruck beim Kunden. Gleichzeitig ist das Paket ein Aushängeschild, das den Käufer im besten Fall beeindruckt, zumindest aber seine Ansprüche in puncto Unversehrtheit, Qualität und Nachhaltigkeit erfüllen muss. Wenn er dann sein Paket öffnet, sollte dieser erste Eindruck noch verstärkt werden.

Das heißt, ist die Außenverpackung nachhaltig, verstärkt das Füllmaterial bestenfalls diesen Eindruck. Außer den offensichtlich für den Warenempfänger erkennbaren Komponenten wie Paket, Verschluss und Füllmaterial, die zu positiven Bewertungen führen können, gibt es weitere Aspekte, die im E-Commerce zu mehr Nachhaltigkeit verhelfen. Retourenfähigkeit, Retourenanzahl oder -fahrten, Lagerung oder passgenaue Kartons sind ebenfalls ein Thema.

Einleitung



Wie unschwer zu erkennen ist: Der ganze Prozess muss analysiert, verschiedene Aspekte überprüft und an den entsprechenden Stellschrauben gedreht werden, damit Nachhaltigkeit vom Käufer ganzheitlich wahrgenommen wird.

Grundsätzlich kommen zwei verschiedenen Ansätze bei der Umstellung auf nachhaltige Verpackungen zum Tragen: Zum einen gibt es die Händler und Plattformen, die auf Druck ihrer unzufriedenen Käufer reagieren. Zum anderen gibt es die E-Commerce Plattformen und Online-Händler, die ihre CO₂-Bilanz verbessern und insgesamt Nachhaltigkeit im Unternehmen etablieren möchten. Ist bei ersterem vor allem die optische Wirkung ausschlaggebend, muss bei zweiterem in die Tiefe gedacht und umfassender analysiert werden. Ein genauer Blick ist hier unerlässlich. Was heißt Nachhaltigkeit überhaupt und wann ist ein Produkt wirklich umweltfreundlich? Recyclingfähige Folie heißt zum Beispiel nichts anderes, als dass die Folie über den Gelben Sack entsorgt werden kann. Doch gerade in Deutschland liegt die Quote des wirklich recycelten Materials aus dem Gelben Sack bei gerade mal 27 Prozent - der Rest wird im Ausland recycelt, verbrannt oder anderweitig entsorgt.**** Ist das also wirklich nachhaltig?



Inzwischen gibt es allerdings sinnvolle Alternativen: Biologisch abbaubar heißt das Zauberwort, das eine für jeden nachvollziehbare Umweltverträglichkeit impliziert und vor allem nachweisbar ist. Das verwendete Material wird natürlich abgebaut, dem Kreislauf wieder zugeführt und kann über den Kompost oder Bio-Müll entsorgt werden.

*www.dpdhl.com/de/presse/pressemitteilungen/2022/kunden-sind-bereit-mehr-fuer-umweltfreundliche-versandloesungen-zu-zahlen.html

**www.biek.de/kep-branche/zahlen-und-fakten.html

***Umweltfreundliche Verpackung: Der Kunde wünscht sich Nachhaltigkeit (e-commerce-magazin.de)

****www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/abfall-und-recycling/recycling/21113.html

Welche Möglichkeiten bestehen für E-Commerce und Online-Händler, ihre Verpackung nachhaltiger zu gestalten?



1

Grundsätzliche Auswahl der Versandverpackung



2

Packband



3

Unterverpackung



4

Füllmaterial



5

Lagerung



6

Retouren



7

Ladungssicherung



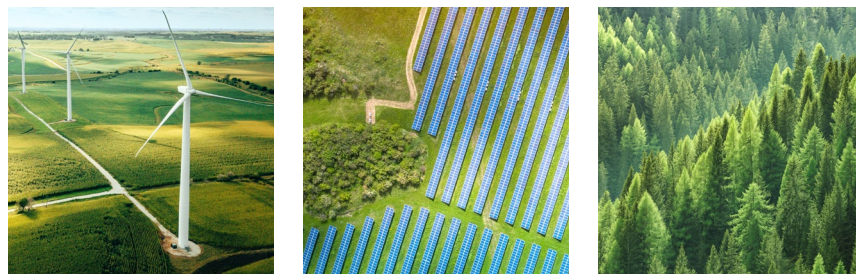
8

Marketing und Informationsaspekte

Die Versand- verpackung

Wenn Innenleben und Außenoptik nicht zueinander passen, ist der Warenempfänger irritiert. So haben viele Unternehmen zwar das Füllmaterial oder auch die Produktverpackung bereits nachhaltig gestaltet, aber die Versandverpackung und der Verschluss sind noch nicht optimiert.

Herkömmliche Versandkartons können inzwischen mit Kartonagen, die CO₂-neutral produziert werden oder Kartonagen aus alternativen Materialien wie Graspapier ersetzt werden. Aber auch hier ist wieder eine kompetente Sicht auf die gesamte Einheit sinnvoll. Graspapier lässt sich zum Beispiel nicht so gut bedrucken, wie ein herkömmlicher Karton und ist außerdem für schwere Ware nur bedingt geeignet, da die Stabilität geringer ist.



Eine weitere Möglichkeit Versandverpackungen nachhaltiger zu gestalten, sind passgenaue oder individuelle Kartonagen, bei denen kein zusätzliches Füllmaterial mehr benötigt

Besonders umweltfreundlich: Versandkartons aus Graspapier aus schnell nachwachsendem Rohstoff in lokaler Produktion.



wird. Bei diesen Verpackungen wird die Ware in den Karton gelegt und der Karton in einem automatisierten Prozess soweit reduziert, bis die Ware sicher festgeklemmt ist. Somit entfällt das komplette Füllmaterial und die Ware kommt trotzdem sicher beim Kunden an. Diese Art von Verpackung lohnt sich allerdings erst ab einer Menge von ungefähr 5.000 Paketen/pro Tag mit der gleichen Ware oder Bundles mit den immer gleichen Abmessungen.

Das Packband



Die meisten Pakete werden mit einem Packband gesichert, um den Transport zum Warenempfänger gut zu überstehen. Ein herkömmliches Plastiklebeband steht im vollen Gegensatz zu nachhaltigen Verpackungen. Alternativ werden dem Online-Händler Papierpackbänder, Nassklebebänder, Maschinenklebeband oder auch Packband aus Papier oder biobasierter Folie mit Naturkautschuk-Klebstoff



*Sorteureine Verpackung dank Packband aus Papier:
Ein Versandkarton kann damit als Ganzes im
Altpapier entsorgt werden.*

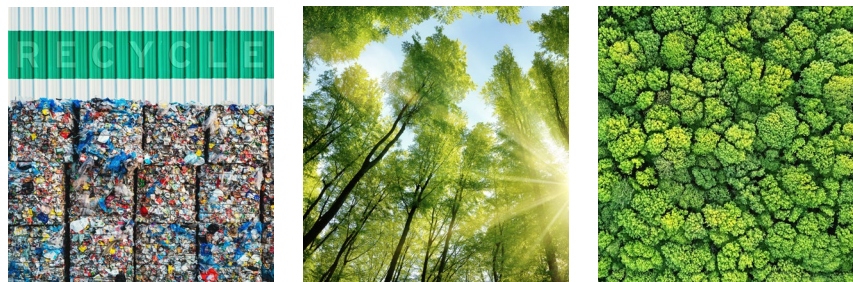


angeboten. Welches Packband passend ist, entscheidet die Größe und das Gewicht des Pakets sowie die internen Prozesse.

Die Unter- verpackung

Unterverpackungen sind ebenfalls ein Trendthema bei E-Commerce Händlern. Kleinteile werden bisher oft in Plastikbeutel verpackt, um geschützt zu werden und im Karton nicht verloren zu gehen. Im Moment steigen viele Händler auf Papiertüten um. Doch auch hier gibt es Unterschiede: Kraftpapier, Papier aus Cellulose, Pergamin, Natronpapier, etc. Es gibt aber auch die Möglichkeit Plastikbeutel aus recyceltem Plastik oder Beutel aus Bio-Plastik (also mit einem Anteil von bis zu 100 Prozent biologischen Inhaltsstoffen) zu verwenden. Diese haben bei Weitem eine bessere Umwelt-Bilanz als herkömmliche Beutel.

Doch wie immer gilt auch hier: Bei einer sinnvollen Umstellung muss man alle Parameter miteinbeziehen, um die passende Alternative zu finden.

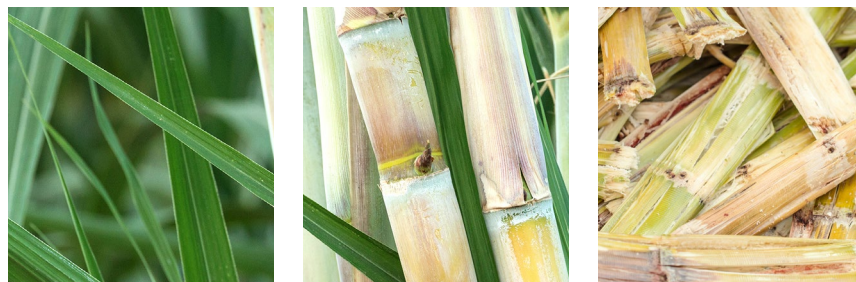


*Nachhaltigkeit beginnt bei der Unterverpackung:
Flachbeutel aus Pergamin, hergestellt aus reiner
Zellulose.*

Das Füllmaterial

Der erste Eindruck beim Auspacken zählt: Öffnet der Käufer zum Beispiel das Paket und sieht jede Menge Plastik als Füllmaterial, wird er das Paket und damit das E-Commerce Unternehmen/den Online-Händler sofort als nicht nachhaltig abstempeln.

Betrachtet man die CO₂-Werte, so schneidet Luftpolsterfolie häufig besser ab als geknittertes Papier. Warum? Folie kann immer wieder dem Recyclingkreislauf zugeführt werden und der Strom und Energieverbrauch bei der Herstellung ist geringer, wohingegen die Papierproduktion sehr energieintensiv ist. Zudem wird häufig mehr Papier als Folie benötigt, um die Ware zu sichern. Papier ist zwar ebenfalls recyclingfähig, die Faser wird aber bei jedem Recyclingprozess zerkleinert, verliert dadurch an Stabilität und wird mit der Zeit unbrauchbar für die Polsterung von Ware. Um dieses recycelte Papier dennoch als Polstermaterial zu nutzen, müssten neue, lange Fasern von frisch gefällten Bäumen



Ausgesprochen umweltfreundlich: Luftpolsterfolie auf Zuckerrohrbasis – klimaneutral und ohne fossile Brennstoffe in der Herstellung.



zugemischt werden. Lebende Bäume sind allerdings wichtige CO₂-Speicher – eine Überlegung, die man in seine Nachhaltigkeitsstrategie mit einbeziehen sollte. Styropor, das oft als Isolierverpackung dient, lässt sich nachhaltig ersetzen durch Stroh- und Hanfmatten im Umkarton. Sogar Tiefkühlversand bis zu 48 Stunden ist auf diese Weise in Kombination mit Kühlmitteln und Trockeneis umweltfreundlich realisierbar.

Welche Möglichkeiten bestehen für E-Commerce und Online-Händler, ihre Verpackung nachhaltiger zu gestalten?

Beispiele für nachhaltige Füllmaterialien im Detail:



Verpackungschips aus Mais- oder Erbsenstärke, die biologisch abbaubar und zu 100 Prozent wasserlöslich sind.



Holzwolle ist ein reines Naturprodukt und eine optisch ansprechende Alternative zum Füllen. Kompostier- und brennbar.



Recyclingpapier bietet hervorragenden Schutz beim Versand von eher leichter und mittelschwerer Ware. Schweres Versandgut zerdrückt Papier, so dass Bewegung im Karton entstehen kann und der Warenschutz nicht gewährleistet ist.



Luftpolsterfolien gibt es heute bereits in biologisch abbaubaren Ausführungen aus Zuckerrohr oder Kartoffelstärke, die tatsächlich in den Bio-Müll oder auf den Kompost wandern dürfen. Für den Empfänger der Ware ist die Luftpolsterfolie sichtbar gekennzeichnet, um eine umweltgerechte Entsorgung zu gewährleisten.



Mit Füllpapier gibt es die Möglichkeit, Ware nur punktuell zu sichern und nicht den ganzen Karton auszupolstern. Durch die Sicherung an der richtigen Stelle können sowohl Füllmaterial als auch Kosten eingespart werden – echte Nachhaltigkeit auf mehreren Ebenen.



Matten oder Taschen aus Stroh und Hanf haben gleiche Isolierleistung wie Styropor, aber nur 2 % des Primärenergiebedarfs.

Die Lagerung

Eine optimierte Bevorratung beim E-Commerce Händler unterstützt ebenfalls den Nachhaltigkeitsgedanken. Bei vielen Händlern werden allerdings zu viele unterschiedliche Kartonagensausführungen vorgehalten. Der Gedanke dahinter: Ein passender Karton für jede Ware und damit weniger Füllmaterial. Was dabei oft vergessen wird, ist der damit einhergehende höhere Platzbedarf, der für die Vorhaltung der Kartonagen gebraucht wird. Um dem entgegenzuwirken, empfehlen sich Kartonagen mit Höhenrillung. Damit kann die Kartонhöhe selbst bestimmt und einfach angepasst werden. Bei dieser Alternative wird der Karton an den Seiten mit dem Höhenriller eingeritzt, sodass er in der Höhe variabel eingeklappt werden kann. Im Sinne der Nachhaltigkeit werden weniger Lagerplätze belegt und bei höheren Abnahmemengen bessere Preise erzielt.



Nachhaltig und effizient: Kartouagen und Versandtaschen mit Höhenrillung lassen sich auf vielfältige Versandgüter optimieren und sparen Füllmaterial wie Lagerfläche. Ideal für das E-Commerce.

Die Retouren

Laut der Studie E-Commerce-Logistik Trends für 2022 von Oxid E-Sales retournieren deutsche Verbraucher gerne und oft: 65 Prozent schicken ihre Bestellung regelmäßig zurück. Es wird nicht retourniert, wenn der Prozess zu umständlich oder die Rücksendung zu teuer ist. Ist der Prozess transparent, reibungslos und effizient, sind nach einer Retoure Wiederholungskäufe sehr viel eher denkbar.* Das heißt für die Nachhaltigkeit, Verpackungen zu optimieren, wiederverwertbar zu gestalten und Fahrten zu minimieren.

Es gibt bereits Ansätze, Waren einzelner Kunden unverpackt beim Paketdienst abzugeben. Diese werden dort eine gewisse Zeit gesammelt und dann in einer großen Sammelbox an den E-Commerce Händler zurückgeschickt. Das ist für die Kunden vor allem dann interessant, wenn sie nur einen Teil der bestellten Ware zurückschicken möchten und der Umkarton unverhältnismäßig groß ist.

Aber auch praktische Verpackungen machen den Rückversand einfacher. Eine Aufreißperforation ermöglicht zum Beispiel das Öffnen, ohne den Karton größer zu beschädigen. Ein zweiter Klebestreifen auf dem Deckel ist für den einfachen Retourenversand sinnvoll und gibt dem Karton ein weiteres Leben. Dadurch entfällt zudem die unnötige Sicherung mit Plastikklebeband, sodass der Karton einfacher dem Recyclingkreislauf zugeführt werden kann. Das gilt auch für wiederverschließbare Folienbeutel, die das Prüfen der Ware ermöglichen, ohne den Beutel zu zerstören.



Nachhaltig und effizient: Versandverpackungen mit doppeltem Selbstklebeverschluss für einfaches Retourenhandling ohne zusätzliches Verpackungsmaterial.

Eine weitere Stellschraube hinsichtlich Nachhaltigkeit könnte sein, die Lieferungen/Retourenfahrten zu bündeln und mit weniger Fahrten die Umwelt zu schonen. Nicht immer ist es erforderlich, einzelne Waren einer Bestellung sofort zu liefern. Sind nicht alle Waren einer Bestellung auf Lager, wäre eine Abfrage beim Kunden denkbar, ob die unterschiedlichen Positionen in einer Lieferung zusammengefasst werden können. Vor allem im B2B-Bereich bestellen häufig mehrere Personen unabhängig voneinander Ware, die in einer Lieferung zusammengefasst werden könnte. So optimiert der E-Commerce Händler neben Fahrten auch Kartonagen und organisatorischen Aufwand in der Versandabwicklung.

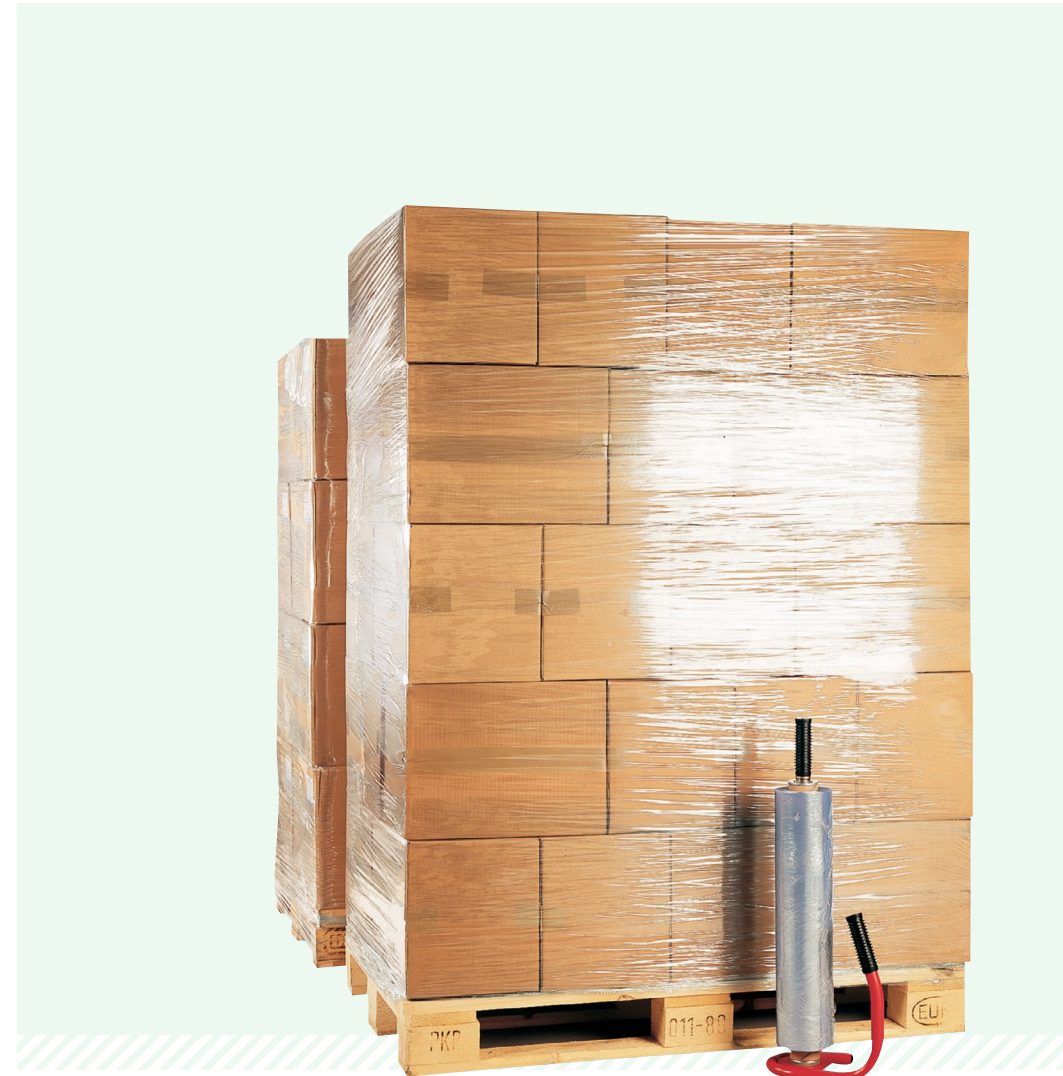
*www.oxid-esales.com/blog/die-trends-fuer-e-commerce-logistik-2022/

Ladungssicherung

Für große E-Commerce Händler, die auch Ware mit Paletten verschicken, ist die Ladungssicherung ein weiterer Aspekt, bei der bisher viel Potenzial verschenkt wird. Die Stretchfolie, die zur Ladungssicherung dient, ist häufig unnötig dick.

Durch Powerstretch-Folien, die aus hochwertigeren Materialien bestehen, kann einiges an Material eingespart werden. Diese Powerstretch-Folien lassen sich um das 1,5-fache einer normalen Stretchfolie dehnen. Außerdem reicht hier häufig eine dünnere Folie aus, weil sie durch die hochwertigen Inhaltsstoffe trotzdem eine höhere Stabilität aufweist.

In der Praxis heißt das, dass bis zu 50 Prozent der Folie eingespart werden kann. Ein Argument, welches nicht nur dem Nachhaltigkeitsgedanken entspricht, sondern auch aus wirtschaftlicher Sicht interessant ist.



Mit optimierter Folie Material und Kosten sparen!

Marketing und Information

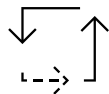
Bisher wird die Verpackung nur in geringem Maße als Marketinginstrument und Informationsplattform genutzt. Mittels Kartonagen-Direktdruck kann die Verpackung mit dem Logo gebrandet und zusätzlich auf Umweltfreundlichkeit bei Kartonage, Füllmaterial etc. aufmerksam gemacht werden. Es gibt die Möglichkeit, Displayverpackungen durch einen Drehmechanismus und einem Direktdruck im Handel aufzustellen und die Verpackung einer weiteren Verwendung zuzuführen. Zudem lassen sich Informationen rund um die Nachhaltigkeit im Inneren des Pakets platzieren. So kann der Warenempfänger auf einen Blick erkennen, ob das Füllmaterial nachhaltig ist. Mit einem Aufdruck und einem QR-Code direkt auf den Folienpolstern wird darauf aufmerksam gemacht, dass es sich um biologisch abbaubare Folienpolster handelt. Hinter dem QR-Code befinden sich zusätzliche Informationen zu Herstellung, Material, Entsorgung.



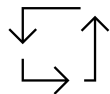
**Nachwachsende
Rohstoffe**



Kompostierbar



Recyclierbar



Recycelt



CO₂-neutral

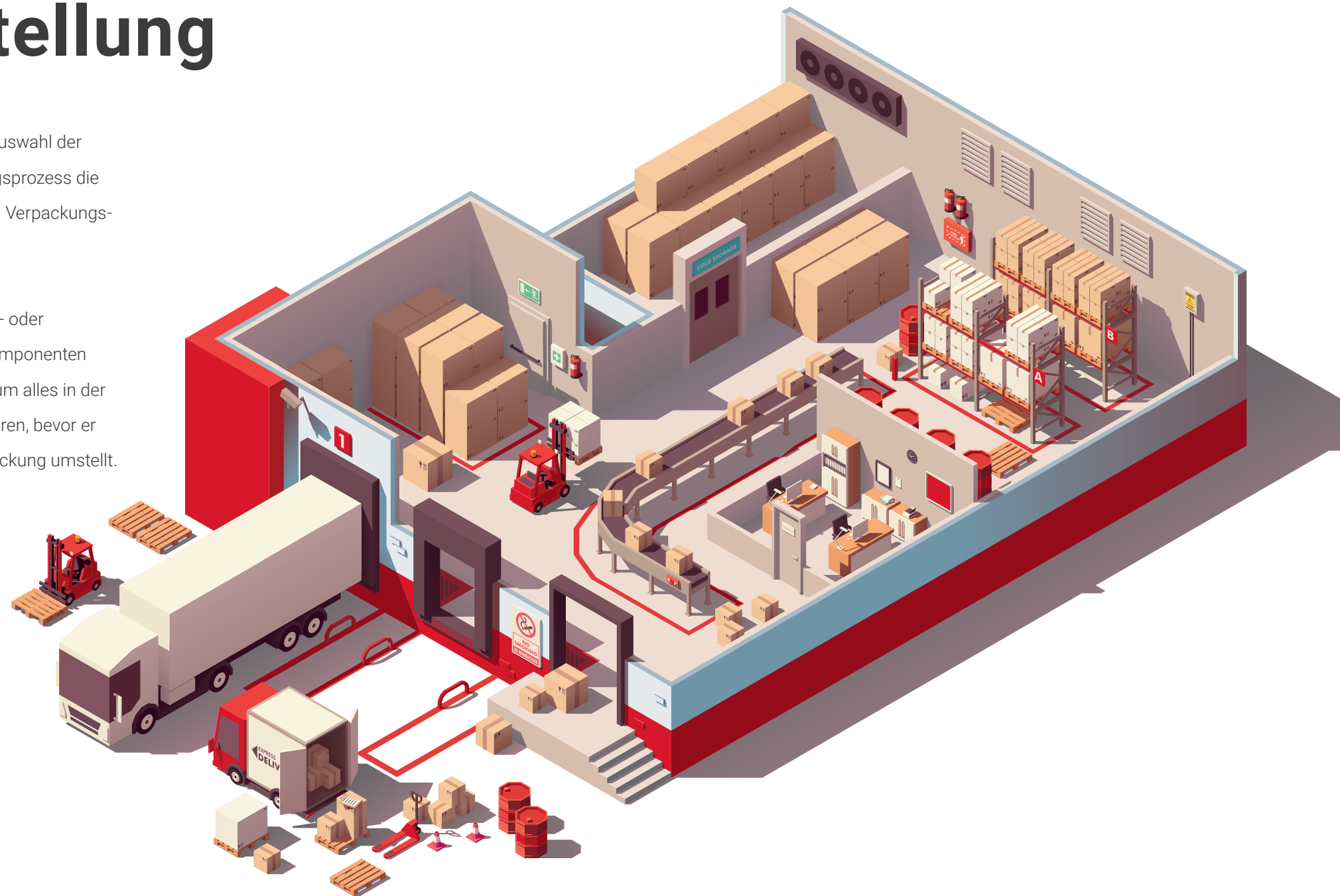


Umweltfreundliche Vermarktung: Packband als Informations- und Werbefläche nutzen.

Weitere Schritte zur Umstellung

Nach der Analyse-Phase folgt nach Auswahl der gewünschten Bereiche im Umstellungsprozess die Bemusterungsphase, in der die neuen Verpackungsmaterialien intern geprüft werden.

Anschließend wählt der E-Commerce- oder Online-Händler seine spezifischen Komponenten aus und geht in die Testphase über - um alles in der Praxis auszuprobieren und zu optimieren, bevor er endgültig seine Prozesse in der Verpackung umstellt.





Fazit und konkrete Tipps für die richtige Lieferantenauswahl

Sustainable Packaging ist auch im E-Commerce unumgänglich und kann ein bedeutender Wettbewerbsvorteil sein. Angesichts der Herausforderung unserer Zeit, klimabewusst zu handeln, sollte sich jedes Unternehmen Gedanken zu seiner Rolle und der damit einhergehenden Verantwortung machen.

Ein erster Schritt kann sein, bisher verwendetes Plastikmaterial aus der Verpackungszone zu verbannen. Viel nachhaltiger und zukunftsgerichteter ist allerdings eine ganzheitliche Analyse der Verpackungsprozesse. Im Sinne eines effektiven Supply-Chain-Managements,

der die Kundenzufriedenheit erhöht, Bestände und Prozesse optimiert, ist der Einfluss der Verpackung nicht von der Hand zu weisen.

Die Wahl des richtigen Verpackungspartners

Sie möchten das Thema nachhaltige Verpackungen in Ihrem Unternehmen angehen? Holen Sie sich einen vertrauenswürdigen und lösungsorientierten Verpackungspartner an Ihre Seite, der Ihnen Optimierungsmöglichkeiten vorschlagen kann. Worauf Sie dabei achten sollten, verraten Ihnen die nachfolgenden Tipps.

1. Überprüfen Sie die Kompetenz und Erfahrung.

Welche Erfahrungen hat der Verpackungslieferant mit E-Commerce- und Online-Händlern? Ist er in der Lage, eine ganzheitliche Analyse durchzuführen und ein individuelles Verpackungskonzept für Sie zu entwickeln? Prüfen Sie genau, mit welcher Expertise er vorweisen kann.

2. Welche Vielfalt kann er Ihnen anbieten?

In einem großen Portfolio an nachhaltiger Verpackung finden Sie eher die für Ihre speziellen Anforderungen passende Verpackung. Der sich rasch ändernde Bedarf im E-Commerce- und Online-Handel fordert Flexibilität und große Anpassungsmöglichkeiten. Welche Alternative schlägt er vor und integriert er dabei den Gedanken an Füllmaterial, Verschluss und Außenverpackung?

3. Welche Kenntnisse hat er im Bereich der Nachhaltigkeit?

Eine recyclingfähige Verpackung ist nicht immer die umweltfreundlichste und nachhaltigste Möglichkeit. Fragen Sie in die Tiefe und lassen Sie sich erklären, wie groß der Fußabdruck der Verpackungsmaterialien tatsächlich ist. Ein kompetenter Lieferant wird Ihnen alle Fragen beantworten können und idealerweise mit zusätzlichen Informationen weitere Einblicke ermöglichen.

4. Kann er sich in die Lage Ihrer Kunden versetzen?

Neben den für die Verpackung relevanten Bereichen Einkauf, Logistik, Versand und Marketing ist vor allem der Blickwinkel des Kunden elementar. Das unbeschädigte Ankommen, das Auspackerlebnis, die Entsorgung oder Retourenmöglichkeit der Verpackung sind für den Kunden wichtig und sollten in die Empfehlungen Ihres Lieferanten mit einfließen.



Legen Sie los! Machen Sie sich Gedanken, wie nachhaltige Verpackung bei Ihnen im E-Commerce aussehen könnte. Gerne unterstützen wir Sie als Berater und bei der erfolgreichen Umsetzung - kontaktieren Sie uns.



Key Account Manager
HENRIK SØRENSEN
Ratioform Verpackungen GmbH

Henrik Sørensen ist Key Account Manager bei ratioform und Spezialist, wenn es um Umstellungen auf nachhaltige Verpackungen geht. In diesem Interview gibt er uns Einblicke in die Praxis und teilt Tipps und Trends für eine erfolgreiche Umstellung.

Herr Sørensen, seit ungefähr zwei bis drei Jahren erfährt Nachhaltigkeit im Verpackungsumfeld vermehrt Aufmerksamkeit. Unternehmen und Konsumenten sind sich zunehmend ihrer Verantwortung für den Klima- und Umweltschutz bewusst. Können Sie uns sagen, wie eine Umstellung am besten angegangen wird?

Über den ganzen Analyse- und Umstellungsprozess hinweg ist eine gute Beratung entscheidend. Das steht am Anfang einer zielgerichteten Umstellung auf nachhaltige Verpackungen. Große Expertise und ein weitreichendes Sortiment sind weitere Faktoren, die darauf einzahlen. Zahlreiche Verpackungsoptimierungen in der Vergangenheit haben gezeigt: Eine individuelle und tiefgehende Analyse des gesamten Verpackungsprozesses ist unerlässlich. Hier werden Fragen wie „Welche Anforderungen stellt der Kunde an meine Lieferungen?“, „Welche Voraussetzungen muss die Verpackung erfüllen, um die Ware sicher und zuverlässig ans Ziel zu bringen?“ und „Welches Material ist wirklich nachhaltig im Gesamtkonzept?“ geklärt. Das kann aber nur in einem Beratungsgespräch sinnvoll

aufgeschlüsselt werden. Bei der Umstellung auf alternative Materialien in der Verpackung gibt es Grenzen. Nicht alles ist nachhaltig und sicher umzusetzen.

Zusammen mit dem kompetenten Spezialisten für Verpackungslösungen werden die bisherigen Lösungen und Prozesse geprüft. Anschließend werden optimierte Lösungen vorgeschlagen und bemustert. Nach eingehender interner Prüfung beim Händler werden die neuen nachhaltigen Verpackungen mit einigen Kunden ausgetestet. Erst dann geht es an die tatsächliche Umstellung der Packmittel im realen Dauerbetrieb.

Zeichnen sich derzeit Trends ab?

Lag vor rund zwei Jahren der Fokus noch auf dem Füllmaterial, so betrachten wir seit einigen Monaten verstärkt den Verschluss und die Kartonagen. E-Commerce- und Online-Händler stellen derzeit vermehrt auf Papierklebebänder um, Kartons aus Gras-

papier oder Kartons, die CO₂-neutral produziert sind, werden häufiger angefragt. Um ganz sicher zu sein, dass die Stabilität und Qualität den Anforderungen entsprechen, ist die Bemusterungsphase extrem wichtig. Andernfalls riskiere ich Qualitätsverluste oder Transportschäden.

Einen weiteren Trend sehe ich im Bereich der Ladungssicherung. Wir haben bereits großartige Erfolge mit Powerstretchfolien und Umreifungsbändern aus Papier erreicht. Dennoch suchen wir immer weiter nach Alternativen, die nachhaltiger sind oder Material einsparen.

Wann ist aus Ihrer Sicht eine Konstruktivverpackung nachhaltig?

Eine Konstruktivverpackung, also eine extra konzipierte Verpackung, ist sinnvoll und nachhaltig, wenn ein standardisierter Prozess etabliert wurde und immer wieder die gleichen Artikel in der gleichen Menge versendet werden. Dabei wird Füllmaterial eingespart und

das Produkt oft noch besser geschützt. Vor allem bei Start-ups mit wenigen Produkten, bei Lebensmittel- oder Pharmaherstellern sehe ich Potenzial. Die Designmöglichkeiten sind höher und deswegen vor allem für Hersteller interessant.

Zum Schluss: Was halten Sie für essenziell wichtig bei der Umstellung auf nachhaltige Verpackung?

Ich kann es nur immer wieder betonen: Ein kompetenter Experte mit umfangreichem Fachwissen erkennt sofort, was wirklich notwendig ist und wo es Probleme geben könnte. Er wird Sie kontinuierlich betreuen und Optimierungsmöglichkeiten vorschlagen.

Suchen Sie sich einen Lieferanten für Verpackungen, der ein großes Portfolio anbietet und, wie wir bei ratioform, über genügend unterschiedliche und nachhaltige Produkte im Sortiment verfügt, sodass die verschiedensten Bedürfnisse abgedeckt werden können. Dann steht einer erfolgreichen Umstellung nichts mehr im Weg.



Produktmanager
MATHIAS PFANNSCHMIDT
Ratioform Verpackungen GmbH

Nachhaltigkeit ist ein bedeutender Begriff, der derzeit häufig anzutreffen ist. Aber was heißt Nachhaltigkeit im Detail? Mathias Pfannschmidt, Produktmanager bei ratioform, hat sich ausgiebig mit dem Thema beschäftigt und den sogenannten „Enkelfähig-Score“ bei ratioform umgesetzt.

Herr Pfannschmidt, das Thema Nachhaltigkeit gilt in den verschiedensten Branchen und Märkten als eines der wichtigsten Zukunftsthemen. Wie trifft das auf die Verpackungsbranche zu?

Wir fühlen uns da natürlich sehr angesprochen. Seit Jahren positionieren wir uns bereits in einem Nachhaltigkeitsbericht. Jetzt wollen wir als Komplettanbieter von Verpackungslösungen noch einen Schritt weitergehen und als erstes Unternehmen den Enkelfähig-Score umsetzen.

Was genau heißt „Enkelfähig“ und inwiefern betrifft das die Nachhaltigkeit?

Enkelfähig steht für eine lebenswerte Zukunft in einer nachhaltigen, sozial gerechten und ökonomisch zukunftsorientierten Welt, die wir unseren Enkeln hinterlassen können. Das heißt, wir denken bei Nachhaltigkeit nicht nur an das verwendete Material, sondern verbinden für die Bewertung weitere Aspekte wie Kreislauffähigkeit, Innovation und Wirtschaftlichkeit. Das empfinden wir bei ratioform als wahre Nachhaltigkeit.

Nun, das ist immer noch etwas vage und gilt oft nur für die Unternehmensebene.

Wie genau prüfen Sie die Enkelfähigkeit?

Jedes einzelne Produkt unserer gesamten ratioform-Produktpalette wird unter dem Bewertungssystem des Enkelfähig-Scores gemessen. Bewertet wird Kreislauffähigkeit, Klimaschutz, Umweltverträglichkeit, Wirtschaftlichkeit, Innovation und Soziales. Damit schaffen wir Transparenz für die Kunden, aber auch für unsere Lieferanten. Ein Produkt wird häufig „nachhaltig“ genannt, was nur auf einen bestimmten Teil zutrifft, nicht aber für das komplette Produkt. Durch das Bewertungssystem schaffen wir es, unsere Enkelfähigkeit mess- und vergleichbar zu machen. Mit dem Score kann man auf einen Blick erkennen, wie nachhaltig ein Produkt einzuschätzen ist.

Enkelfähig  **Wert schaffen
für Generationen**

Die Wirtschaftlichkeit ist immer wieder Thema bei einer Umstellung. Was würden Sie sagen, schließen sich Ökologie und Ökonomie gegenseitig aus?

Nein, das wäre ja kontraproduktiv. Dann wäre das ökologische Ziel gleichzeitig das wirtschaftliche Ende. Im Sinne von Enkelfähig bedingen sich die beiden Aspekte. Wirtschaftlicher Erfolg entsteht bei Enkelfähigkeit durch Nachhaltigkeit.

Welche Herausforderungen sehen Sie in der Verpackungsbranche für wirklich nachhaltige Produkte?

Die richtige Gewichtung der einzelnen Kriterien in der Verpackungsbranche zu finden, war nicht so einfach. Zum Beispiel sind Kreislaufwirtschaft und Material Kriterien, die in unserer Branche eine größere Rolle spielen als Innovationen. Bei der Bewertung flossen zudem Material und Wiederverwertbarkeit zu einem hohen Prozentsatz ein. Da erwähne ich gerne unsere terra Linie, bei der wir mit Kartonagen aus Graspapier, kompostierbaren Füll-Chips aus Erbsenstärke usw. arbeiten. Wer mit terra verpackt, bekommt ausschließlich Materialien und Lösungen, die bei Produktion, Abbaubarkeit und Recycling nachhaltiges Verpacken sichern und einen hohen Enkelfähig-Score erreichen.

Wie sieht die Zukunft Ihrer Sicht nach aus?

Enkelfähig sehe ich als einen Schritt in die richtige Richtung. Das ist aber natürlich ein fortlaufendes Zukunftsprojekt, in das wir die nächsten Jahre investieren. Dabei stellen wir uns immer wieder Fragen wie: Wie können Produkte, deren Score noch nicht den Unternehmenszielen entsprechen, verbessert werden? Welche Produkte müssen eventuell durch enkelfähigere Produkte ausgetauscht werden?

Der stark wachsende Onlinehandel benötigt eine intakte Verpackungsbranche und wir geben unser Bestes, um die Umweltbelastung zu reduzieren und damit unseren Beitrag für eine gerechtere, nachhaltigere und wirtschaftliche Zukunft zu leisten. Ich würde mir auch aus Kundensicht wünschen, dass noch mehr Unternehmen im Sinne der Enkelfähig-Initiative Produkte für die Zukunft bewerten, kaufen und verkaufen!



Schwere Designerware nachhaltig verschicken

Nachhaltige Polsterung von hochwertigen und empfindlichen Produkten

Ein nordrhein-westfälisches Handelsunternehmen, dessen Produktsortiment rund 37.000 Lagerartikel im Bereich Sanitär, Sicherheitstechnik und Werkzeug umfasst, vertreibt seine Artikel hauptsächlich online. Der Händler suchte vor einiger Zeit einen professionellen und nachhaltigen Schutz für den Versand von Sanitärobjekten. Grund war die hohe Reklamationsquote bei Toilettenbecken, die beschädigt beim Kunden ankamen.

Edles Design und hohe Qualität zeichnen die Artikel des Handelsunternehmens aus. Beim Versand sind gerade bei den hochwertigen Sanitärkeramiken das erhebliche Gewicht und das sehr empfindliche Material die Herausforderung.

Normalerweise wird die Ware palettenweise beim Händler angeliefert und dann einzeln über Online-Shops verkauft. Bisher verwendete der Händler für den Versand an den Käufer Verpackungschips als Füllmaterial. Nach einer Reklamationsquote von über 20 Prozent machte er sich schließlich auf die Suche nach einer stabilen und umweltfreundlicheren Alternative.

Kompetenz für zuverlässige und effektive Lösungen

„Nachhaltig“ und „sicher“ waren die Ansprüche an das neue Füllmaterial. Frau Zeidler von ratioform analysierte die komplette Verpackungslösung, schaute sich nicht nur das Füllmaterial an, sondern auch die Umverpackung. Die Spezialistin testete gemeinsam mit dem Händler verschiedene Papiersorten, um die optimale Stärke und Papierqualität bei Karton und Füllmaterial zu finden. Nach einem vierwöchigen Maschinen- und Papiertest hat sich das PadPak senior-Papier mit einem Papiergewicht von 70/70 Gramm pro Quadratmeter mehr als bewährt.

Die Reklamationsquote wurde auf nahezu null Prozent reduziert und das positive Feedback der Käufer, über die Umstellung auf nachhaltiges Füllmaterial, lässt die Reputation des Händlers nach oben schnellen. Inzwischen setzt er das Papier auch zur Polsterung von zahlreichen anderen Produkten, wie zum Beispiel Schließzylinder, Schleifmaschinen, Briefkästen, Tresore, Borschlaghämmer etc. ein. Er ist sich sicher, dass er für den geplanten Ausbau seines Internetangebots weiter auf die Expertise von ratioform bauen und zusammen seine Nachhaltigkeitsziele erreichen kann.



Unser Partner ratioform

Gerne beraten wir Sie gemeinsam in Verpackungsfragen

Als Komplettanbieter für Verpackungsfragen ist die Ratioform Verpackungen GmbH Deutschlands Marktführer im Handel mit Transportverpackungen. Mit Hauptsitz in Pliening bei München verfolgt er eine Omnichannel Vertriebsstrategie an sieben Standorten in Deutschland sowie in Österreich, der Schweiz, Spanien und Italien.

Seit 43 Jahren gilt ratioform als zuverlässiger Partner für alle Verpackungsanliegen: Vom ersten Beratungsgespräch bis zu fertigen Verpackungslösung kümmert er sich um Ihre Anliegen. Das Unternehmen unterstützt Sie gerne, um Packprozesse zu optimieren und maßgeschneiderte Verpackungslösungen zu finden.

Einen besonderen Fokus legt ratioform als Teil von TAKKT und der Dachorganisation Haniel auf die Umsetzung des „Enkelfähig-Scores“. Dieser Score sichert Kunden von ratioform einen messbaren Nachhaltigkeitsstandard auf Produktebene zu. Dabei steht „Enkelfähig“ für eine lebenswerte Zukunft in einer nachhaltigen, sozial gerechten und ökonomisch zukunftsorientierten Welt, die wir unseren Enkeln hinterlassen können.

Die individuelle Kundenberatung vor Ort ist ein Eckpfeiler von ratioform und wird als wichtiges Element für die partnerschaftliche Kundenbeziehung auf Augenhöhe gesehen. Gerne auch bei Ihnen! Nehmen Sie einfach Kontakt zu uns auf und lassen Sie sich unverbindlich beraten.



Herausgeber

Ratioform Verpackungen GmbH
Schlosserstrasse 1 | 85652 Pliening bei München
Deutschland

Kontakt

Telefon: 0800 / 5 31 49 49
Mail: service@kaiserkraft.de
Web: kaiserkraft.com

Alle Rechte vorbehalten – einschließlich der, welche die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung der Inhalte dieses Dokumentes oder Teile davon außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes betreffen. Handlungen in diesem Sinne bedürfen der schriftlichen Zustimmung durch Ratioform Verpackungen GmbH. Ratioform Verpackungen GmbH behält sich das Recht vor, Aktualisierungen und Änderungen der Inhalte vorzunehmen. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen verzichtet. Irrtümer vorbehalten.