

Nestlé Deep Dive

Thema: Nescafé Packaging

- 04.10.2020, 15:00 - 16:00, digital –

Begrüßung und Vorstellung

Manuel Schuh, Public Affairs Manager

Manuel Schuh vom Team Public Affairs begrüßt die Teilnehmer. Er verweist auf die Aufzeichnung der Veranstaltung und das nachfolgende Protokoll und gibt die Möglichkeit, jederzeit Zwischenfragen zu stellen. Anschließend stellt er die Agenda für den Deep Dive und die anderen beiden Präsentierenden vor – Bernd Büsing, Corporate Manager Packing und Eva Zaltenbach, Brand Managerin bei Nescafé.

Nescafé-Verpackungen – Zielkonflikt Klimaschutz & Kreislaufwirtschaft

Manuel Schuh, Public Affairs Manager

- Nestlés Verpackungscommitments basieren auf drei Säulen. Einerseits sollen bis 2025 alle Verpackungen recycelbar oder wiederverwendbar sein. Darüber hinaus soll innovativ geforscht werden. Abschließend ist der Aufbau von funktionierenden Recyclingsystemen und die Senkung von neuwertigem Plastik bis 2025 wichtig.
- Zusätzlich existiert seit letztem Jahr das Klimacommitment, bis 2030 50 % der Emissionen zu reduzieren und bis 2050 klimaneutral zu sein. Dies bezieht sich auf die gesamte vor- und auch große Teile der nachgelagerten Wertschöpfungskette.

Ziele und Strategie von Nestlé am Beispiel von Nescafé-Verpackungen

Bernd Büsing, Corporate Manager Packaging

- Als Beispielprodukt für verschiedene genutzte Verpackungen wird Nescafé Gold vorgestellt. Dieser kommt in der Weißblechdose, im Glas, im HDPE-Container und im Doypack. Letzterer ist als einziger in der aktuellen Form nicht recycelbar, hat dafür aber den geringsten CO₂-Fußabdruck. Dessen Berechnung inkludiert von der Herstellung über den Transport bis zur Entsorgung alle Phasen des Produkts bis auf die Nutzungsphase, da diese bei allen Verpackungsformen gleich lang ist.
- Selbst bei einer Berechnung mit der höchstmöglichen Recyclingrate für alle Verpackungsformen hat der Stand-up Pouch immer noch den niedrigsten CO₂-Fußabdruck.
- In entsprechenden Märkten, in denen die Doypacks existieren (Australien, UK, Frankreich), hat Nestlé Kampagnen zu den Umweltvorteilen gefahren. In UK hat außerdem ein Wettbewerber eine Kampagne gestartet, die die Notwendigkeit von Verpackungen aufzeigt.

Consumer Insights zu Re-Fill Packs

Eva Zaltenbach, Brand Manager Nescafé

- Das 200g-Glas ist die Standardverpackung bei Nescafé in Deutschland. Es überzeugt durch seinen Produktschutz.
- Es wird geprüft, ob außerdem das Doypack eingeführt werden soll.
- Langfristig soll bei Nescafé Gold Cappuccino die Kunststoffdose ersetzt werden.

Wege zur Erfüllung der Commitments zu Kreislaufwirtschaft und CO2-Emissionen

Bernd Büsing, Corporate Manager Packaging

- Glas kann durch einen maximalen Einsatz von erneuerbaren Energien beim Einschmelzen umweltfreundlicher werden.
- Langfristig könnten recycelfähige Refill-Packs auf Papierbasis in Deutschland eingeführt werden. Dabei wird das MHD aber aufgrund der Barriereliminationen kürzer angelegt werden müssen.
- Zusammen mit einem tschechischen Start-Up (MIWA) wurden Nescafé-Dispenser entwickelt, die in drei Fabrikshops in der Schweiz stehen. Die Testphase hat sehr gute Ergebnisse geliefert, sowohl Shopbetreiber als auch Konsumenten sind zufrieden. Mehr als 50 % der Konsumenten haben ihre eigenen Verpackungen zum Befüllen mitgebracht.
- Es gibt ein ähnliches Projekt mit Trockenfutter von Purina.

Diskussions- und Fragenteil

Zur LCA:

- Die Analyse stammt aus dem Jahr 2008.
- Peer-Reviews aus dem Jahr 2012 haben die Ergebnisse bestätigt.
- Bei LCAs werden die negativen Eigenschaften von Kunststoffeinträgen in die Umwelt nicht berücksichtigt.

Zur Umweltbilanz verschiedener Verpackungen:

- Die Umweltbilanz eines Pfandglases hängt von den Transportwegen ab, da Glas sehr schwer ist. Von daher würde sich die Einführung bei der aktuellen, zentralisierten Produktion nicht lohnen. Man bräuchte diverse Abfüllstationen nah am Verbraucher.
- Nestlé arbeitet an Verpackungslösungen, die im Altpapier entsorgt werden können. Dabei handelt es sich um beschichtete Kartonagen, nicht um Tetra-Packs oder Ähnliches.
- Die Kommunikation zu Umweltvorteilen von Kunststoffverpackungen gestaltet sich oftmals schwierig.

- Der Austausch mit Recyclinganbietern ist essenziell, um voneinander zu lernen und Rückschlüsse zu ziehen.

Zur Kontaminierung von Produkten abhängig von der Verpackung:

- Bei Kaffee handelt es sich um eins der sensibelsten Produkte, was Oxidation und Wasserdampfaufnahme angeht. Daher werden entsprechende Barrierschichten entwickelt und verwendet.

Zum Nescafé-Refillprojekt:

- Es kann mit jedem Behälter Kaffee abgeholt werden. Eine hygienische Nutzung ist gegeben.
- Momentan wird noch jedes Mal der ganze Kanister ausgetauscht, langfristig könnte dies auf den Innenbeutel begrenzt werden.
- Teilweise werden Behälter abgefüllt, jedoch nicht gekauft. Dieses Problem muss noch gelöst werden.
- Viele Menschen sind nicht nur einmalig Konsumenten. Insgesamt lief das Pilotprojekt sechs Monate.
- Als großflächige Poolssysteme werden die Abfüllstationen effektiv, daher müssen viele mitziehen. Nestlé ist dabei auch für gute Ideen aus dem Handel offen.

Ende des Workshops und Verabschiedung

Manuel Schuh und Bernd Büsing bedanken sich bei den Teilnehmern für die Diskussion. Sie regen an, im Dialog zu bleiben und laden zum verbleibenden Deep Dive zum Thema Klima und Wald ein.

Agenda	
14:50	Check-in
15:00	Begrüßung & Vorstellung der Impulsgeber
15:05	Nescafé Verpackungen – Zielkonflikt Klimaschutz & Kreislaufwirtschaft
15:15	Ziele und Strategie von Nestle am Beispiel Nescafé Verpackungen
15:30	Diskussion, Q&A
15:55	Zusammenfassung & Ausblick