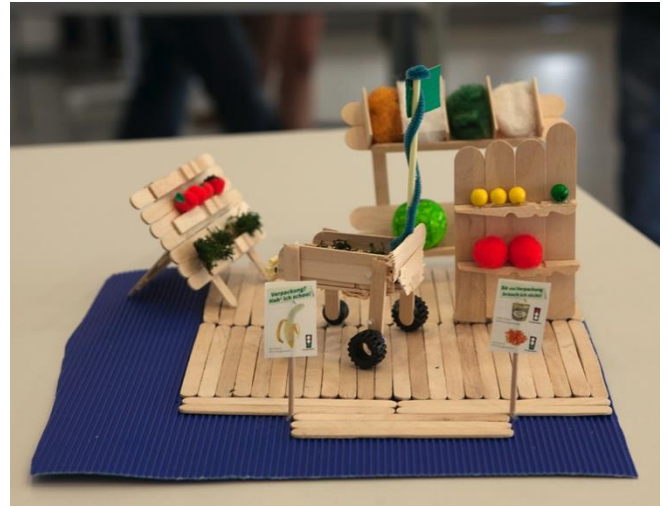


Abteilung Unverpackt – oder wollen Sie Müll kaufen?

Vor dem Hintergrund endender fossiler Brennstoffe, wachsender Energiebedarfe in den Schwellenländern aber auch den Umwelt- und Klimafolgen massiver Nutzung von fossilen Brennstoffen oder Atomstrom, ist die Einsparung von Energie eine der großen Herausforderungen unserer Zeit.

Doch wo lässt sich Energie sparen? Gibt es Bereiche, in denen unnötig Energie verwendet oder gar verschwendet wird?



Abteilung Unverpackt basiert auf der Feststellung, dass im Bereich der Lebensmittelverpackungen ein hohes Energieeinsparungspotential liegt. So ließe sich durch den Verzicht dieser Verpackungsmaterialien täglich Energie sparen. Denn allein die Herstellung von Verpackungsmaterialien in Europa verbraucht pro Jahr eine Energiemenge von 1,2 Millionen Giga Joule, das entspricht in etwa 27 Millionen Tonnen Rohöl¹. Gestärkt wird der Ansatz an Verpackungsmaterialien zu sparen durch die Ergebnisse einer nicht repräsentativen Umfrage in Mülheim. So gab die Mehrheit der Befragten an, lieber umweltbewusst und ressourcenschonend einzukaufen, dazu aber bisher keine praktikablen Möglichkeiten zu haben.

Das Franchise-Angebot Abteilung Unverpackt bietet hierfür eine innovative Lösung wodurch es langfristig die Energieverschwendung bekämpft und zukunftsorientierte, nachhaltige Arbeit leistet.

Es richtet sich an alle bereits existierenden Supermärkte und ermöglicht die Einrichtung einer Abteilung Unverpackt, in der nur Produkte ohne Verpackung verkauft werden. Neben der Belieferung mit den Produkten übernimmt Abteilung Unverpackt die Koordination und Umsetzung von Werbe- und Informationsmaßnahmen.

Neben klassischer Werbung soll eine Webpräsenz mit Standortsuche es den Kunden ermöglichen, die nächstgelegene Abteilung Unverpackt zu finden. Zusätzlich könnte die Webpräsenz, insbesondere in der mobilen Version dazu dienen, ein Bewertungssystem basierend auf Ressourcennutzung/-verschwendung² zu etablieren.

Durch QR-Codes auf den Verpackungen oder dem Einkaufszettel bestünde die Möglichkeit direkt auf die Informationen zuzugreifen. Für die Käufer, die kein Smartphone besitzen könnte zusätzlich ein Ampelsystem eingeführt werden, mit dem sich auf einen Blick die Umweltfreundlichkeit der Verpackung erkennen ließe.

Um auch spontane Einkäufe zu ermöglichen sollte noch ein Konzept für den Verleih von Mehrwegdosen entwickelt werden.

¹ URL: http://www.plasticseurope.org/documents/document/20111107114107-zusammenfassung_kunststoffverpackungen_e_thg_denkstatt_vers_1_0_de.pdf Stand: 01.08.2014.

² Auf der Grundlage der Dimensionen: Transportwege, Verpackungsaufwendungen, Herstellungsprozesse und Recycling.

Mit diesem Konzept schafft Abteilung Unverpackt es, die Idee des Crowdfunding-Projekts „OriginalUnverpackt“ konsumentenfreundlich in der Breite zu etablieren und auch neue Zielgruppen zu informieren und als Käufer zu gewinnen. Dieser Faktor trägt maßgeblich dazu bei, dass durch die Abteilung Unverpackt echte Verpackung-Einsparpotenziale bestehen, die in kleinen Nischenläden nie erreicht werden könnten.

Wie die reale Nachfrage der Konsumenten gestaltet ist, müsste in einer Pilotierungsphase z.B. in Mühlheim erforscht werden. Hierzu könnten zunächst sehr kleine Abteilungen mit wenigen unverpackten Produkten eingerichtet werden.



Projektteam: Sven Oleschko (Dozent), Melih Coskun, Nicolas Dombeck, Anna-Lea Knubben, Rene Jan Krysiuk, Lorenz Schulte-Illingheim, Daniel Schwanke, Phillip Sedzicki und Alexandra Westhoven

Bericht: Anna-Lena Knubben, Lorenz Schulte-Illingheim und Daniel Schwanke