

- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) -

# Positionspapier: Herausforderungen bei der Vermeidung von Kunststoff-Verpackungen im Online- und Versandhandel

Berlin, August 2021

Kontakt: Christoph Wenk-Fischer, Geschäftsführer bevh, [christoph.wenk-fischer@bevh.org](mailto:christoph.wenk-fischer@bevh.org)

---

**Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)** ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler, repräsentiert der bevh die kleinen und großen Player der Branche. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehört die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie eine fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

## **1. Bestandsaufnahme**

Für den Online- und Versandhandel spielt die Verpackung der zu liefernden Ware besonders in Hinblick auf

- Schutz
- Kosten
- Funktionalität
- Handling
- Information
- Marketing
- Kundenzufriedenheit
- Retouren und
- Nachhaltigkeit

eine existentielle Rolle. Der Online- und Versandhandel hat dabei mit allen Formen der Verpackung, wie sie auch in § 3 VerpackG benannt sind zu tun:

- Verkaufsverpackung
- Umverpackung
- Versandverpackung
- Transportverpackung und
- Serviceverpackung

Die verwendeten Verpackungen bestehen aus:

- Papier & Kartonagen
- Kunststoffen
- Metall
- Naturmaterialien oder
- Textilien
- auch in Kombination als Verbundstoffe

Der überwiegende Anteil des verwendeten Verpackungsmaterials entfällt auf Papier & Kartonagen gefolgt von Kunststoffen.

Papier & Kartonagen werden insbesondere verwendet für

- Kartons
- Stützpappen
- Displays
- Briefumschläge
- Versandtaschen
- Einwickelpapiere
- Etiketten & Formulare
- Wickelkerne
- Klebebänder
- Füllmaterial und
- Trennmaterial

All diese Verwendungen finden sich auch bei Kunststoffen und darüber hinaus vor allem folgende:

- Folien
- Boxen
- Blisterverpackungen
- Umreifungsbänder
- Thermo-Elemente und
- Isoliermaterial

Was das Mengenaufkommen angeht, so fielen pro Kopf in Deutschland in 2019 ca. 230 kg Verpackungsmüll an; auf die privaten Haushalte entfielen pro Kopf davon 72 kg, vier Kilogramm mehr

als noch 2018. 32 kg der privaten pro Kopf-Menge davon waren sogenannte Leichtverpackungen aus Kunststoffen, Leichtmetallen und Verbundmaterialien und 17 kg Papier & Kartonagen. Das Gesamtaufkommen an Verpackungsmüll lag 2019 bei 5,9 Mio. Tonnen (Quelle: Statistisches Bundesamt). Diese Zahlen beziehen sich auf die gesamte deutsche Wirtschaft und nicht auf das Segment des Online- und Versandhandels, der wiederum für ca. jeden siebten Euro Umsatz im deutschen Einzelhandel insgesamt steht.

In Hinblick auf die durch die Verwendung von Kunststoffen für die Verpackung oft und lange sichtbaren Umweltauswirkungen, sofern diese nicht verwertet werden, ist die Verwendung von Kunststoffen für die Verpackung in Öffentlichkeit und Politik immer stärker negativ belastet. Der Druck zur Vermeidung von Kunststoffen wächst – unabhängig von der Frage der Vor- oder Nachteile in der ökologischen Gesamtbilanz. Regulatorisch wurden zuletzt Kunststofftragebeutel im deutschen Einzelhandel und europarechtlich verschiedene Kunststoff-Einwegprodukte verboten.

Der Online- und Versandhandel sucht und testet oder verwendet schon aus eigenem Antrieb proaktiv bereits Alternativen. Aber: Ein vollständiger Verzicht auf Kunststoff bei der Verpackung im Online- und Versandhandel ist mit Stand heute nicht möglich. Eine Einbindung der Hersteller der gehandelten Produkte, der Verpackungshersteller, der Logistikunternehmen und der Abnehmer der gehandelten Produkte, seien sie Verbraucher oder gewerbliche Abnehmer ist unabdingbar, um das Aufkommen von Verpackungsmüll zukünftig noch stärker zu reduzieren und Verpackung insgesamt noch nachhaltiger zu gestalten.

Aber welche Probleme bestehen, welche Möglichkeiten gibt es konkret, wie soll der Weg aussehen und welche Anforderungen an Regulierung leitet die Branche des Online- und Versandhandels daraus ab?

Der bevh hat dazu eine Experten-Befragung unter seinen Mitgliedsunternehmen unter Beteiligung von Großunternehmen und kleinen sowie mittelständischen Unternehmen mit den unterschiedlichsten Warensortimenten durchgeführt. Zudem hat er eine Arbeitsgruppe aus dem Kreis seiner Mitgliedsunternehmen initiiert, die die Thematik fachlich diskutiert und begleitet und an konkreten Lösungen arbeitet. Diese wird zukünftig ständig oder auch punktuell erweitert um Vertreterinnen und Vertreter von Verpackung oder Waren produzierenden Unternehmen sowie Unternehmen aus dem Logistik-, Entsorgungs- und Recyclingbereich. Aus alledem ergeben sich die nachfolgenden Erwägungen:

## **2. Ein kompletter Verzicht auf Kunststoffverpackungen ist (derzeit) nicht möglich**

### **a) Der Hersteller trägt die Verantwortung für die Verpackung**

Der Online- und Versandhandel vertreibt überwiegend Güter, für die er nicht selbst Hersteller ist. Die Verantwortung für die Verkaufsverpackung, Transportverpackung, Serviceverpackung und Umverpackung dieser Ware trägt der Hersteller.

Unsere Branche steht nur für einen kleinen Anteil des gesamten Einzelhandelsumsatzes. Der deutsche Markt ist im internationalen Vergleich untergeordnet. Um auf internationalen Liefermärkten, die geprägt von Konzentration und großen Mengen sind, spezielle Anforderungen gegenüber Lieferanten durchsetzen zu können, ist der Online- und Versandhandel und seine Akteure viel zu klein. Sie können nicht mit Marktmacht agieren, sondern mit Innovation, Vernunft und Sachverstand.

**b) Kunststoffverpackungen in vielen Bereichen (noch) nicht ersetzbar**

Gerade Mehrwegversandsysteme sind auf die Verwendung von Kunststoffen angewiesen. Alternativen sind derzeit entweder nicht vorhanden, nicht in bestehende Einkaufs-, Logistik- oder Versandprozesse zu integrieren, finden keine Akzeptanz bei Kundinnen und Kunden, sind qualitativ nicht gleichwertig oder ökologisch nicht sinnvoll. Zudem sind sie oft erheblich teurer.

**c) „Corporate Identity“**

Zu beachten ist insbesondere bei Markenartikeln, dass herstellenden Unternehmen oftmals eine feste „Corporate Identity“ nutzen, die sich auch in der Verpackung wiederfindet. Für Veränderungen daran hat der Online- und Versandhandel keine festen Ansatzpunkte.

**3. Lösungen zur Vermeidung von Kunststoffen oder deren nachteiligen ökologischen Folgen bei der Verpackung**

Folgende Möglichkeiten zur Vermeidung von Kunststoffen oder deren ökologisch nachteiliger Folgen werden bei der Verpackung bereits genutzt oder getestet und weiterentwickelt:

- Volumenreduktion
- Umpacken
- Versand in der Verkaufsverpackung
- Ersatz von Kunststoffen durch Papier & Kartonagen
- Ersatz von Kunststoffen durch Naturmaterialien
- Ersatz von Primär-Kunststoffen durch Recycling-Kunststoffe
- Einsatz von biologisch abbaubaren Kunststoffen
- Einsatz von Kunststoffen aus nachwachsenden Rohstoffen
- Verzicht auf Füll- und Trennmaterial
- Mehrwegversandsysteme
- Pfandsysteme
- Sammelsysteme
- Incentivierung von Kreislaufwirtschaftssystemen

Es zeigt sich dabei jedoch, dass diese Maßnahmen nicht unbedingt immer ökologische Vorteile bieten. So ist z.B. die Herstellung von Kartonagen- und Papier mit hohem Wasser- und Energieverbrauch und Abholzung verbunden, nachwachsende Rohstoffe oft mit erheblicher Dünger-,

Pestizit- und Flächennutzung sowie weiten Transportwegen, Beschichtungen und Drucke machen Papier und Kartonagen schwerer zu recyceln als sortenreine Kunststoffe, Mehrwegverpackungen sind schwerer und transportintensiver als Einwegverpackungen, Versand der Ware in der Originalverpackung führt zu höheren Retourenquoten, die Qualität von Recycling- und Kunststoffen aus nachwachsenden Rohstoffen oder solchen, die biologisch abbaubar sind erfordert höhere Verpackungsmengen, Volumenreduktion und der Verzicht auf Füll- und Trennmaterial führt zu vermehrten Transportschäden etc. Daher sind im Einzelfall jeweils die Vor- und Nachteile genau zu untersuchen und abzuwägen. Ein Verzicht auf Kunststoffe ist nicht rein dogmatisch zu betrachten.

#### **4. Welche Anforderungen sind daher bei der Reduktion oder Substitution von Kunststoffen für die Verpackung im Online- und Versandhandel zu beachten?**

Unsere Branche stellt sich den Anforderungen an Nachhaltigkeit seitens ihrer Kundinnen und Kunden sowie der Politik. Sie steht für Prozessoptimierung und Kundenorientierung und ist höchst innovativ. Sie wächst an Unternehmen und Umsatz und ist sehr leistungsfähig und stark vernetzt mit ihren Dienstleistern. Sie ist offen für sinnvolle und machbare Lösungen. Aber sie ist auch vielfältig, höchst komplex und nicht nur durch die großen und allgemein bekannten Akteure geprägt und steht im internationalen, harten Wettbewerb. Gleichzeitig ist sie die Hoffnung und der Ausweg aus der Strukturkrise für viele klassische Einzelhandelsunternehmen. Jede Regulierung unserer Branche in Hinblick auf die Verwendung von Kunststoffen bei der Verpackung muss dies und Folgendes berücksichtigen:

##### **a) Konzertierte Abstimmung und Schaffung von Standards**

Die Reduktion von Kunststoffverpackungen ist nicht durch Maßnahmen nur auf einer Ebene der Wertschöpfungskette möglich. Sinnvolle Lösungen können nur konzertiert von Handelsunternehmen, Logistikunternehmen, Recycling- und Entsorgungsbetrieben, Ware und Verpackungsmaterial herstellende Unternehmen zusammen mit Verbraucherinnen und Verbrauchern erreicht werden.

Die bestehenden Organisationen zur Begründung von deutschen und europäischen und internationalen Standards sind zu nutzen und gesetzlicher Regulierung vorzuziehen. EU-weite und internationale Standards sind nationalen vorzuziehen und wenn Regulierung erfolgt, dann besser auch auf EU- und internationaler Ebene, als nur auf deutscher.

##### **b) Differenzierende Maßnahmen**

- Unternehmen ist nicht gleich Unternehmen – ob selbst produzierend, Eigenmarken vertreibend, eine eigene Logistik unterhaltend sind beispielsweise Faktoren, die bei der Regulierung genauso, wie die Unternehmensgröße zu berücksichtigen sind.

- Produkt ist nicht gleich Produkt – Frischware, Gefahrgut, sensible Güter, Standard oder individualisierte Produkte sind einige Stichpunkte, die u.a. bei der Regulierung zu berücksichtigen sind.
- Kunststoff ist nicht gleich Kunststoff – die Ökobilanz der verschiedenen Materialien ist höchst unterschiedlich. Verbundmaterialien stellen andere Herausforderungen als sortenreine. Mehrwegverpackungen sind anders zu betrachten, als Einweg- und manche Kunststoffe sind einfacher und besser zu recyceln als andere. Verpackungen aus Recycling-Material dürfen nicht gleichbehandelt werden mit solchen aus originärem Material.
- Verpackung ist nicht gleich Verpackung – die Hoheit über die Verkaufs-, Um-, Transport- und Serviceverpackung liegt bei den die Ware produzierenden Unternehmen. Der Online- und Versandhandel trägt die Verantwortung vor allem für die Versandverpackung und zum Teil für die Transport- und Serviceverpackung.

#### **c) Angemessene Umsetzungsfristen und Flexibilität für Innovationen**

Den Unternehmen muss für die Umsetzung von Regulierung genügend Zeit gegeben werden. Gerade was die Sicherheit und Funktionalität von E-Commerce-Prozessen angeht, sind bei jeder Umstellung umfangreiche Anpassungen insbesondere in der Lieferkette und in der Logistik sowie aufwändige Tests und oft Neu-Zertifizierungen notwendig.

Material- und prozessuale Innovationen können bisher nachteilige Auswirkungen der Kunststoffverwendung schnell vermeiden helfen. Neue Kunststoffe, neue Verarbeitung von Kunststoffen, neue Recyclingmöglichkeiten haben das Potential für mehr Nachhaltigkeit und es fließt bereits heute viel Forschung und materieller Aufwand in diesen Bereich. Eine starre Regulierung mit starren Verboten würde beispielsweise zum Rückgang entsprechender Investitionsbereitschaft und verhindert daher solche Innovationen führen.

#### **d) Ganzheitliche Betrachtung**

Die Umweltprobleme, die Kunststoffverpackungen verursachen, sind vielfach ikonisch dargestellt worden und für die Allgemeinheit offensichtlich. Bei jeder Regulierung zu betrachten ist jedoch die ganzheitliche Ökobilanz auch in Hinblick auf Klima- und Ressourcenschutz und CO<sub>2</sub>-Bilanz weltweit. Ein pauschales Verbot von Kunststoffen würde zu unerwünschten gegenteiligen Effekten führen und zudem Lösungsmöglichkeiten für andere Problemfelder verbauen.

#### **e) Bürokratievermeidung**

Es hilft weder der Umwelt noch der Wirtschaft, wenn regulatorische Maßnahmen zu mehr Bürokratie und damit Ressourcenverbrauch führen. Regulierung muss klar und einfach und tatsächlich umsetzbar sein – insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen.

**f) Europäisches und internationales „Level-Playing-Field“ wahren**

Rein nationale Regelungen in einer international agierenden Wirtschaft führen zu Wettbewerbsnachteilen und Kollisionen mit europäischem Recht. Europaweite Regelungen müssen Vorrang haben, eine Umsetzung in deutsches Recht muss 1:1 erfolgen in Gesetzgebung und Verwaltungshandeln. In internationalen Gremien und Abkommen müssen die entsprechenden Regulierungen abgebildet werden.