

Bitte nutzen Sie die folgende Zitierweise:

Issbrücker, C.: Impulsvortrag-Beispiele erfolgreicher Biokunststoff-Verbraucherkommunikation. Vortrag bei „Herausforderungen und Chancen der Bevölkerungs- und Verbraucherkommunikation über Biokunststoffe“ im Rahmen des BMBF Forschungsprojektes BiNa, Hannover 16.02.2017

Best Practices: Beispiele erfolgreicher Biokunststoff-Verbraucherkommunikation

Constance Ißbrücker, Head of Environmental Affairs | European Bioplastics (EUBP)

BiNa-Workshop, 16. Februar 2017, Hannover | Germany



European Bioplastics: das „Sprachrohr“ der Industrie

- European Bioplastics vertritt die Interessen der Biokunststoffindustrie in Europa entlang der gesamten Wertschöpfungskette.
- Unsere Mission und Hauptaufgabe ist es, mithilfe unseres starken Netzwerks und im engen Dialog mit relevanten Stakeholdern, die rechtlichen Rahmenbedingungen in Europa zu schaffen und zu stärken, in denen unsere Industrie weiter erfolgreich wachsen kann.



Mitglieder von EUBP entlang der Wertschöpfungskette*

Renewable raw materials / Green chemistry



Bioplastics manufacturers and auxiliaries



Converters



Brand owners



Recycling

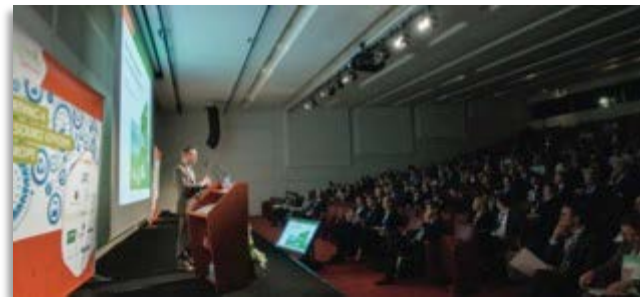


Research



Unsere Aufgaben und Aktivitäten auf einen Blick

- EUBP dient als Wissens- und Netzwerkpartner für Firmen, Experten und alle relevanten Interessengruppen der Biokunststoffindustrie
- **Unsere Aufgaben und Services auf einen Blick:**
 - > Erfassung von Wissen, Einblicken und Informationen über die Industrie
 - > Erarbeitung und Verbreitung von wichtigen Positionen der Industrie
 - > Repräsentation der politischen Interessen unserer Mitglieder in der Europäischen Union
 - > Verknüpfung unserer Mitglieder mit potentiellen Geschäftspartnern
 - > Ermöglichung eines dynamischen Austausches zwischen allen relevanten Interessengruppen
 - > Information und Aufklärung zu den Vorteilen von Biokunststoffen



Mitgliedernetzwerk und interne Organisation

- European Bioplastics legt großen Wert auf das Expertenwissen innerhalb der Organisation sowie den Mitgliedern. Dieses Wissen wird in internen Arbeitsgruppen gesammelt, geteilt und verarbeitet.
 - > **Product Group bio-based:** Issues related to the bio-based element in bioplastics, e.g. feedstock supply and standardisation
 - > **Product Group Biodegradables:** Issues related to the biodegradability of bioplastics, e.g. marine biodegradability, home composting
 - > **Working Group Communications:** Projects to further the distribution of accurate data and information about the bioplastics industry
 - > **Working Group Regulatory Affairs:** Lobbying relevant legislative and dossiers on EU level



EUBP Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit

- Die Information und Aufklärung über die Vorteile von Biokunststoffen bei Politik, Industrie, Medien und Verbrauchern ist eine wichtige Aufgabe und ein Anliegen von European Bioplastics.
- **Kommunikationsinstrumente und –maßnahmen:**
 - > **Website:** Umfassende Informationen und weiterführende Links zu allen relevanten Themen; Blog und integrierter News-Ticker mit tagesaktuellen Informationen;
 - > **Social Media:** Twitter, Youtube, LinkedIn; leicht verständliche und shareable News, Infos, Infografiken und Videoclips (im Aufbau);
 - > **Hintergrundpapiere und Fact Sheets:** Ausführliches Informationsmaterial zu allen relevanten Themen rund um Biokunststoffe (print und online);



EUBP Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit

- > **Broschüren:** „Bioplastics – Facts & Figures“ und „Environmental Communications Guide“ sind die am meisten heruntergeladenen Broschüren;
- > **Newsletter:** Monatlicher Newsletter an über 6.000 Subscriber aus Industrie, Forschung, Politik, Medien;
- > **Medienarbeit:** Pressemitteilungen zu wichtigen Entwicklungen der Branche, regelmäßige Veröffentlichung von Artikeln und Interviews in Fachmagazinen und Online-Medien;
- > **Jährliche European Bioplastics Conference:** Wichtigstes und größtes Branchentreffen in Europa mit jährlich über 350 Besuchern;
- > **Veranstaltungen:** Politische Veranstaltungen, Seminare/Workshops, und Teilnahme (Sprecher/Aussteller) an externen Veranstaltungen;
- > **Kooperationen und Partnerschaften:** mit relevanten Organisationen und NGOs.



Was können wir tun, um Verbraucher besser zu erreichen?

- Einbindung von und engere Zusammenarbeit mit **NGOs und Verbraucherorganisationen** (genießen großes Vertrauen bei Verbrauchern);
- Einbindung von **verbrauchernahen Medien** (Tageszeitung, Fernsehen, Magazine);
- **Aufklärungskampagnen** (breit aufgestellt in Print, Online und TV) gemeinsam mit Partnern aus Industrie, Handel, und relevanten gesellschaftlichen Gruppen;
- Einbindung von führenden **Marken und Handel** in Informations- und Aufklärungsarbeit.

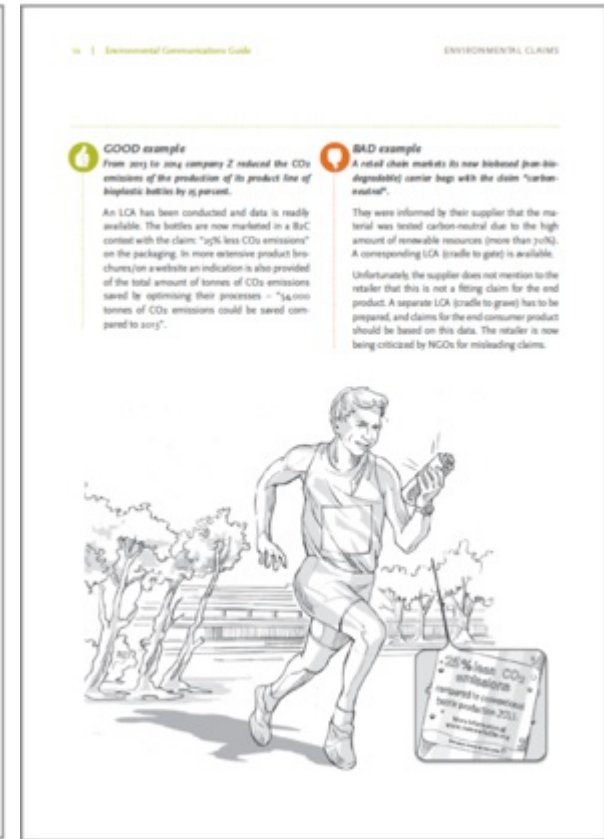


Biokunststoffe – viele Vorteile aber nicht leicht zu erklären

- Biokunststoffe sind ein komplexes Themenfeld und daher nicht immer einfach zu erklären
- Geringer Informationsstand und wenig Interesse, komplexe Dinge zu verstehen
- Emotional aufgeladene Diskussion: Landnutzung, Food vs. Feed, GMO, ökologischer Anbau, etc.
- Viele Vorurteile und Missverständnisse halten sich hartnäckig, zum Beispiel:
 - > Alle Biokunststoffe sind biologisch abbaubar (essbar, ökologischer Anbau, etc.)
 - > Biologisch abbaubar = kompostierbar
 - > Kompostierbare Kunststoffe = Lösung für Littering und Mülldeponien



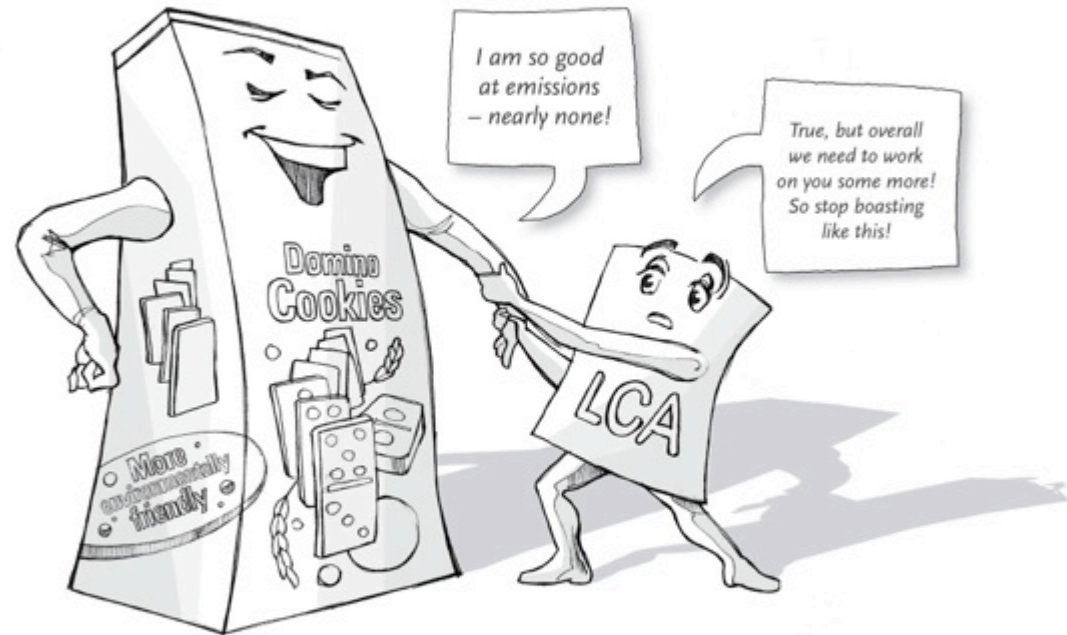
Environmental Communications Guide for Bioplastics



Free download @ docs.european-bioplastics.org/2016/publications/EUBP_environmental_communications_guide.pdf

Grundsätze für die Anwendung von Umweltaussagen

- Umweltaussagen sollen konkret, präzise, relevant und richtig sein;
- Vage Aussagen („grün“, „nachhaltig“, „umweltfreundlich“, etc.) vermeiden;
- Aussagen untermauern mit Fakten und Nachweisen; Daten verfügbar machen;
- Umweltaussagen mit Zertifikaten und Labels entsprechend kennzeichnen.



Was heißt „biobasiert“?

- Aussagen zur Biobasiertheit von Kunststoffen sollten:
 - > Den Biomasseanteil (in Prozent) eines Produktes anzeigen;
 - > Nachweisbar durch unabhängige Tests auf der Grundlage von anerkannten Standards (EN 16640, EN 16785-1);
 - > Gekennzeichnet durch entsprechende Labels;
 - > Aussagen zur “Nachhaltigkeit der eingesetzten Rohstoffe” ebenfalls durch entsprechende Zertifikate nachgewiesen.



Richtige Aussagen zur biologischen Abbaubarkeit

- Aussagen zur „biologischer Abbaubarkeit“ konkretisieren durch Referenz zu entsprechendem Standard und Testmethode
- Aussagen zur Entsorgung spezifizieren (Sammlung, Entsorgung, Umgebung, Zeitrahmen)
- Für industrielle Kompostierung Zertifizierung und Label gemäß EN 13432



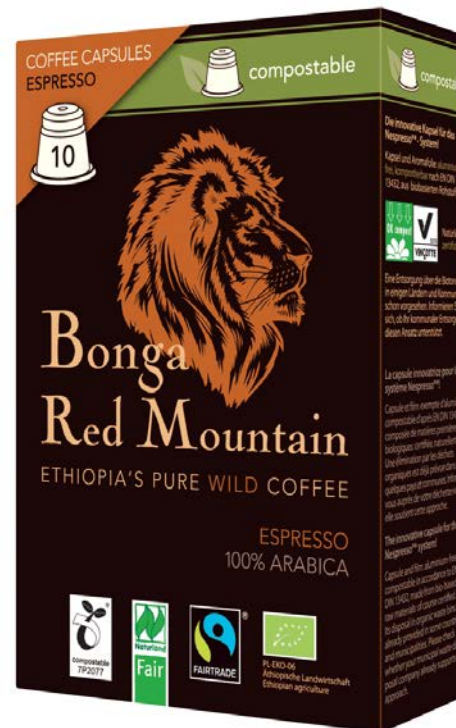


So kann's funktionieren...

Beispiele gelungener Verbraucherkommunikation der Biokunststoffbranche

Original Foods – Die kompostierbare Kaffeekapsel

- Kompostierbare Kaffeekapsel (Nespresso System) für Fair Trade Wildkaffee
- Test und Zertifizierung der Kapsel durch unabhängige Institute
- Kennzeichnung durch entsprechende Label
- Entsorgungsempfehlung „Entsorgung über die Biotonne ist in einigen Ländern schon vorgesehen. Informieren Sie sich, ob Ihr kommunaler Entsorger diesen Ansatz unterstützt.“



OK compost OK compost

compostable.
Was für ein Fortschritt: Die gesamte Kapsel mit Deckel ist nach EN DIN 13432 kompostierbar. Das bedeutet: In 12 Wochen sind mehr als 90% des Materials in CO₂ und Wasser umgewandelt. Ausgehend vom Ursprung in Äthiopien bis zum end of life des Produktes stehen wir zu unserer Verantwortung zum Schutz der Ressourcen und der Abfallvermeidung.
Natürlich zertifiziert: OK compost, EU-BIO, Fairtrade

biobased.
Weg vom Erdöl: Ausgangsmaterialien für unsere Kaffeekapseln sind nachwachsende Rohstoffe wie Mais und Teile von Zuckerrohr, stammen also nicht mehr aus fossilen Quellen. Eine Konkurrenz zu Agrarnutzungsflächen besteht nicht, da nur 0,01 % hiervon für die Biokunststoffproduktion genutzt wird.
Natürlich zertifiziert: OK biobased

aluminium free.
Bei der Neuausrichtung unserer Kapseln suchten wir einen Weg zum völligen Verzicht auf Aluminium. Neben der extremen Energie, die bei der Gewinnung von Aluminium eingesetzt wird und der niedrigen Recyclingquote, steht das Metall auch im Verdacht, sich im Körper anzureichern, verbunden mit erheblichen gesundheitlichen Risiken. Mit dem Verzicht auf Aluminium wurde eine zusätzliche Umhüllung zum Schutz des Kaffees vor Sauerstoff notwendig. Auch hierfür wählten wir kompostierbares Material.
Aluminiumfrei, GMO free, ohne PVC (Thermoplast), ohne Bisphenol A

certified.
Der Einsatz kompostierbarer Kunststoff-Materialien ist noch relativ jung. Die Europäische Union hat einen Standard geschaffen, an dem sich die kompostierbaren Materialien messen lassen müssen. Die EN DIN 13432 muss zwingend von einer Zertifizierung begleitet werden. Ohne Zertifizierung keine Kompostierbarkeit. Die Standards beziehen sich auf kommunale und industrielle Kompostieranlagen. In einigen EU-Ländern werden kompostierbare Kunststoffe in den Anlagen bereits verwertet, so beispielsweise in den Niederlanden. Die zunehmende Verbreitung kompostierbarer Kunststoffe wird auch in Deutschland zu einer erhöhten Entsorgungsquote führen.

Ecover – Plantastic® Verpackungsmaterial

- Biobasierte Verpackungen für pflanzenbasierte Reinigungsprodukte;
- Konkrete Angabe des biobasierten Kunststoffanteils auf dem Produkt;
- Ausführlichere Informationen zu Rohstoff, Nachhaltigkeit (Landnutzung) und Material auf Website;
- Kennzeichnung durch anerkanntes Label fehlen (eigenes Label)



Flasche aus 75 %
pflanzenbasiertem
& 25 % recyceltem
Plastik

All Ecover bottles are made
using Plantastic®.

This is our proprietary plant-sourced plastic made from sugarcane. We take sustainably harvested* sugarcane and refine it into sugar. The sugar is then fermented and distilled to produce ethanol. The ethanol is dehydrated to produce ethylene, which is polymerized to produce the plastic. We chose sugarcane specifically because sugar drives the fermentation process. By starting with a high sugar plant, the process is much more efficient than using a less sweet plant, like corn or beets.



Bioserie – Kinderspielzeug

- Kinderspielzeug aus 100% biobasiertem Kunststoff;
- Getestet und zertifiziert (USDA's „100% Biobased Certification“);
- Ausführliche Informationen zu Rohstoffen, Nachhaltigkeit und Zusatzstoffen auf Produktverpackung und Website



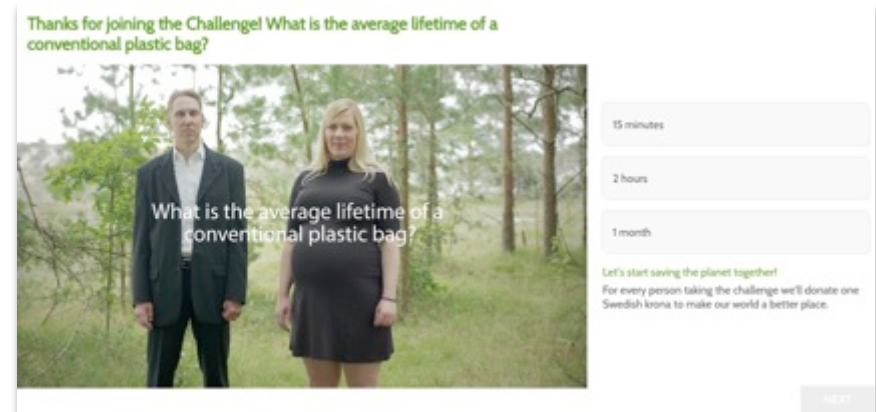
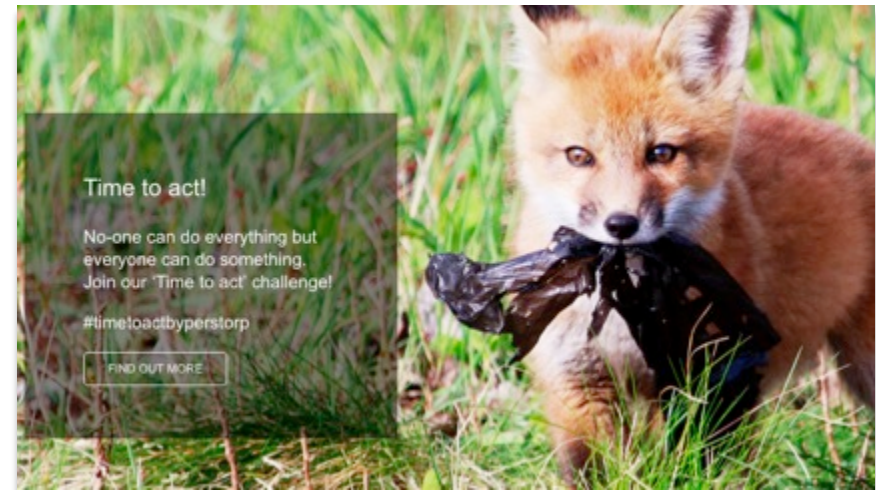
Manufactured from 100% biobased materials!

No Petrochemicals!

No BPA, no PVC, no phthalates, no styrenes, no heavy metals!

Perstorp – Time to act!

- Kampagne zur Schaffung von Aufmerksamkeit für die Herausforderung der Umweltverschmutzung und Wahrnehmung von Biokunststoffen als eine mögliche (Teil-)Lösung;
- Teilnahme am Quiz verbunden mit Spenden zum Umweltschutz;
- Claim, Challenge (Quiz), Kampagnenwebsite (cross-media), Videos, Social Media, Hintergrundinformationen zum Thema Biokunststoffe, Kompostierung, Zertifizierung, etc.



NatureWorks – Zero Waste in Sports

- Olympische Spiele 2012 London, 11 Mio Zuschauer, Commitment zu „first zero-waste games“;
- Lösung: kompostierbare Foodservice Lösungen (14,3 Mio. Becher) und umfassendes Management von Abfallströmen (closed loop system);
- Ergebnis: 62% des Abfalls wurde recycelt oder kompostiert (0% Landfill);
- Aufklärung vor Ort, auf dem Produkt und online.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Constance Ißbrücker
Head of Environmental Affairs
European Bioplastics e.V.
Marienstr. 19-20, D- 10117 Berlin (Mitte)

Phone. +49 (0) 30 28482 352
Fax +49 (0) 30 28482 359
issbruecker@european-bioplastics.org

<http://www.european-bioplastics.org>
<http://twitter.com/EUBioplastics>