

EMBALLAGE I RELIEF

- fakta om emballage, samfund, forbrug og miljø



Emballage



Industrien

Udgiver:

EmballageIndustrien
Arbejdsgiver- og brancheforening
Nørre Voldgade 48, 1.
1358 København K
Tlf.: 33 91 38 00
Fax.: 33 91 96 01
info@emballageindustrien.dk
www.emballageindustrien.dk

Tilrettelæggelse:

Communique+
www.communique.dk

Design og redaktion:

EmballageIndustrien:
Peter Huntley
Lone Alstrup
Communique+:
Lars Liebst Pedersen
Ambition.dk:
Elisabeth Falkenberg

Oplag:

1000

Emballage i orkanens øje

Emballage er det første, vi ser eller er i berøring med ved langt de fleste ting, vi køber. Vi skal læse om varen, vi skal pakke den ud, og vi skal af med emballagen igen. Emballagen er en meget synlig del af et varekredsløb. Derfor har mange en mening om emballage, og de stiller forskellige krav til den.

Emballagen befinder sig så at sige midt i en orkans øje, hvor kunder, forbrugere, politikere, myndigheder og medier alle gør krav på særlige egenskaber ved emballagens form, funktion, brugervenlighed, miljøaftryk og meget mere. Emballagen skal balancere mellem utroligt mange hensyn og forventninger på én gang.

Emballagen og de mange krav i omverdenen



Emballage på dagsordenen

Emballage optræder med jævne mellemrum i den offentlige debat. Det kan for eksempel være, når nyhedsmedierne omtaler mængden af emballage, som danskerne bruger, de bjerge af affald, som emballagen giver anledning, til eller når de laver en test af forskellige typer emballager. Det kan også være, når en interesseorganisation laver en kampagne for mere brugervenlig emballage eller mindre affald i naturen. Emballagen kommer også på dagsordenen i forbindelse med, at der bliver vedtaget nye regler og krav til emballagens fremstilling eller miljøpåvirkning. Emballager er direkte eller indirekte på dagsordenen i en lang række sammenhænge.

Med pjecen her er det formålet at give en præsentation af emballageforbruget og emballagens egenskaber og funktioner som en afgørende forudsætning for den vareomsætning, der skaber grundlag for det moderne velfærdssamfund.

For meget eller for lidt emballage?

Et af de temaer, der går igen når det handler om emballage, er at undgå overemballage, hvor en vare pakkes unødigt meget ind. Men hvornår er der brugt for meget emballage? Emballagen skal jo både beskytte varen, gøre varen interessant, sørge for at vi undgår spild og meget mere. Derfor er en vis mængde emballage påkrævet,

Vareproducenten vil have emballage der:

- Beskytter varen
- Har et flot design til markedsføring
- Er innovativ
- Er billig

Speditøren vil have emballage der:

- Er let at stable og pakke
- Er nemt og sikkert at transportere

Butikkerne vil have emballage der:

- Er let at åbne, håndtere og sætte på hylder
- Let at bortskaffe
- Giver lang holdbarhed
- Er billig

Forbrugeren vil have emballage der:

- Er let at aflæse
- Er let at åbne, lukke og tømme
- Er let at bortskaffe

Interesseorganisationer sætter fokus på:

- Emballagens brugervenlighed
- Emballagens miljøaftryk
- Mængderne og håndteringen af affald

Pressen skriver historier om:

- Emballageforbrug og affald
- Overemballage
- Nye emballagetyper
- Miljøvenlig emballage

EU har indført:

- Emballagedirektivet
- Kemikalielovgivningen REACH
- En prioritering af bortskaffelsesmetoder

Folketinget har fokus på:

- Emballageafgifter
- Genanvendelse/genbrug
- Nyttiggørelse



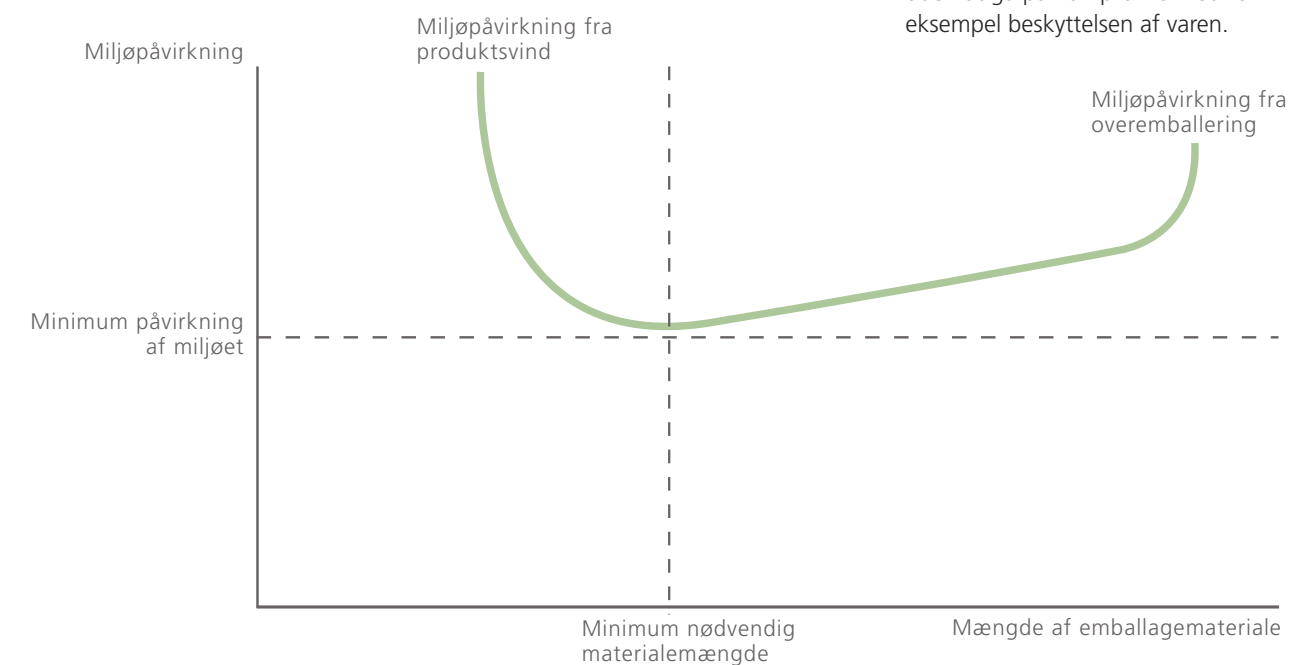
og af samme årsag kan der faktisk også forekomme underemballage. For lidt eller mangelfuld emballage kan føre til, at en vare beskadiges, eller at fødevarer går til spilde, fordi de ikke er beskyttet ordentligt eller ikke kan holde sig. Det handler med andre ord om at finde den rette balance, hvor emballagemængden så vidt muligt minimeres, men samtidig beskytter varen

ordentligt og lever op til alle de andre krav, som kunder, forbrugere og resten af omverdenen stiller.



Figuren viser, at der er negative miljømæssige konsekvenser forbundet med både over- og underemballage. Overemballage fordi det giver ekstra emballageaffald. Underemballage fordi det giver en risiko for varespild, for eksempel hvis madvarer smides ud på grund af manglende holdbarhed. Balancepunktet er der, hvor en vare kan pakkes ind med lige præcis den mængde emballage, der er nødvendig i forhold til de funktioner, den skal opfylde. Her vil miljøpåvirkningen være den mindst mulige, der kan opnås uden at gå på kompromis med for eksempel beskyttelsen af varen.

Både over- og underemballage er skidt:



(Packforsk)

Emballage på det danske marked

Mange forskellige typer af virksomheder indgår i fremstillingen af emballage. Der er leverandører af råmaterialer, hjælpestoffer og maskiner til fremstillingsprocessen, og så er der selve de virksomheder, hvor emballagen bliver lavet. I denne brede forstand består den danske emballagebranche

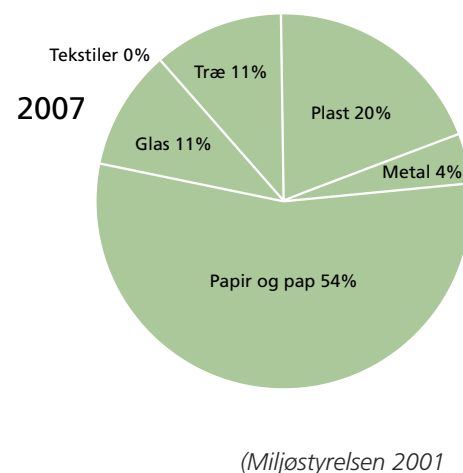
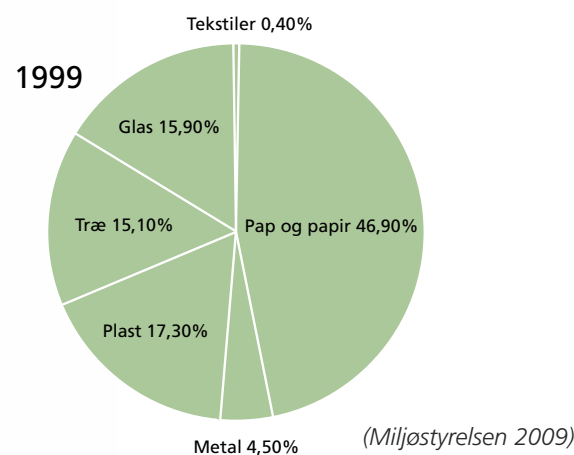
af over 500 virksomheder, der bidrager til emballageforsyningen. Dertil kommer dem, der samler emballagen og fylder varer i den. Ser man mere specifikt på de danske emballageproducenter, der konkret fremstiller emballage af pap/papir, plast, metal, glas og træ, begrænser

branchen sig til omkring 100 virksomheder. De produkter der laves er æsker, kasser, poser, konvolutter, dåser, flasker, dunke m.v.

Antallet af medarbejdere beskæftiget med emballage i Danmark er omkring 5.000.

Emballage på det danske marked

Der er sket en forskydning mod brug af lettere emballagematerialer:



Emballageforbrug og økonomisk vækst går ikke hånd i hånd

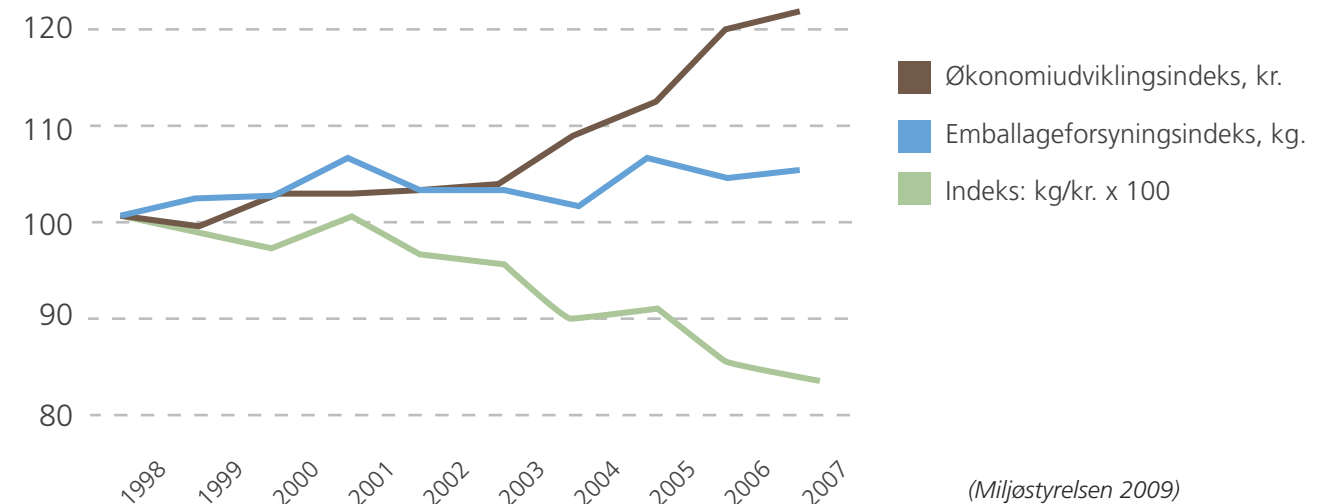
Det danske emballageforbrug svarer til, at hver dansker bruger ca. 180 kg emballage om året. Det samlede emballageforbrug har kun været svagt stigende i en lang årrække samtidig med, at den økonomiske vækst er steget betragteligt. Fra 1998 til 2007 er det danske emballageforbrug steget med 8 procentpoint, mens bruttonationalproduktet er steget 22 procentpoint. Det er altså ikke automatisk sådan, at fordi velstanden og forbruget af emballerede varer stiger, så stiger mængden af emballage tilsvarende. Der er tværti-

mod sket en såkaldt afkobling mellem den økonomiske udvikling og udviklingen i emballageforbruget. Kurven "Indeks for kg/kr" viser, at der kræves en mindre mængde emballage for hver kroners økonomisk aktivitet. Emballageforbruget for hver kroners økonomisk aktivitet er faldet til 0,7 gram. Det indikerer, at varer bliver emballeret mere og mere effektivt, hvilket igen hænger sammen med blandt andet et skift i retning af mere lette materialer som papir, pap og plast.

Vidste du at:

Emballage kun udgør 2 % af den danske industris samlede indkøb af varer og tjenester

(Danmarks statistik 2009)



Samlet emballageforsyning i Danmark 2007

Material	Salgsemballage, tons	Transportemballage, tons	I alt, tons
Papir og pap	291.783	242.023	533.807
Glas	105.234	0	105.234
Plast	144.163	47.815	191.978
Metal	31.400	3.682	35.082
Tekstiler	5.290	60	5.350
Træ	5.083	102.426	107.509
I alt	582.954	396.006	978.960
%-fordelt	59,5	40,5	100,0

(Miljøstyrelsen 2009)

Emballage på verdensscenen

Emballerede varer bliver transporteret rundt i verden i en lind strøm. Emballageproducenter og deres kunder bliver mere og mere multinationale og logistikmønstrene mere og mere komplekse og verdensomspændende.



Vidste du at:

70 % af den samlede transport er persontransport, mens godstransport udgør 30 %

Varebeskyttelse jorden rundt

Emballagens allermost grundlæggende funktion er at beskytte en vare. Kravet til beskyttelse er kun blevet mere relevant i takt med, at varetransporten er blevet globaliseret. Varerne skal kunne klare lange rejser både til lands, til vands og i luften, og samtidig kræver transportørerne, at emballagen gør det nemt at læsse og stable varerne. Varerne skal frem hurtigst muligt og uden varespild eller skader.

Globale emballagefakta:

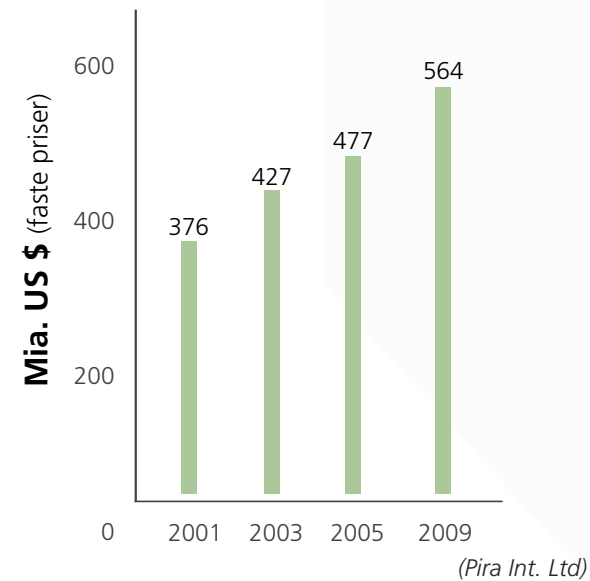
Den globale emballageindustri har i 2009 en anslået værdi på 560 milliarder dollars og beskæftiger mere end 5 millioner mennesker (Se figur øverst på højre side)

Nordamerika (inkl. USA, Canada, Mexico) har den største andel af det globale emballageforbrug (32 %) efterfulgt af Vesteuropa (26 %) og Asien (26 %) (Se figur nederst på højre side)

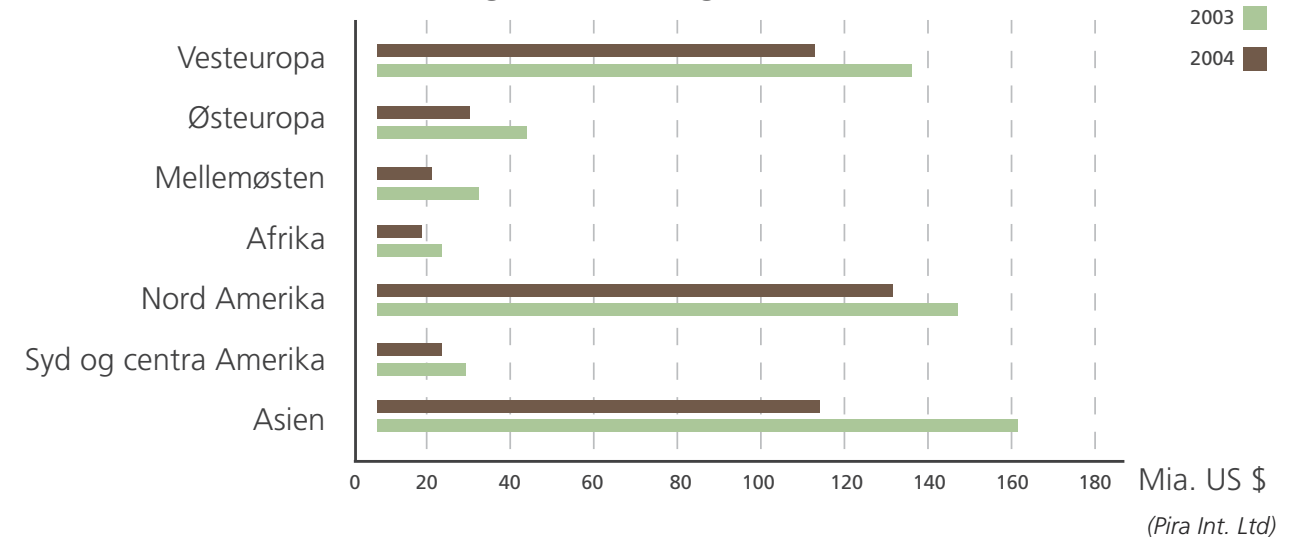
Papir og pap er på verdensplan det mest udbredte emballagemateriale (39%) efterfulgt af plast (30%)

(World packaging organization)

Emballagemarkedet, globalt



Emballagemarkedet, globalt



Emballage i indkøbskurven

De indpakkede varer skal finde vej fra producenten til butikkerne og derfra videre til forbrugernes indkøbskurve og i sidste ende deres hjem. Man skelner mellem transportemballage og salgsemballage. Transportemballagen sørger for, at varen kommer helskindet igen-

nem en lang transport, hvad enten det er med fly, skib eller lastbil. Salgsemballagen er den, man ser i butikkerne – både selve varens indpakning og den kasse, gaveæske eller stander, varen eventuelt også befinder sig i.



Vidste du at:

- Emballeret frugt og grønt kun giver halvt så meget spild som uemballeret frisk frugt og grønt
- En agurk, der ikke er emballeret, mister væske og bliver kedelig og usælgelig i løbet af tre dage. 1,5 gram indpakning holder den frisk i 14 dage
- Supermarkeder har 20 % mindre svind på druer, når de bliver solgt i poser eller bakker

(ECR Europe & Europaen 2009)

Indkøbskurven bliver lettere

Meget af den emballage vi ser i supermarkedet vejer mindre og mindre, fordi emballagen løbende bliver optimeret, og fordi hele værdikæden har en interesse i en så effektiv emballering som muligt:

Eksempler på emballageminimering

	1960-69	1970-79	1990-97	2000	2008	%
Flaske med opvaskemiddel 1 liter		120g	67g	50g	43g	64%
Yoghurtbæger 165g	12g	7g	5g		4g	67%
Ølflaske af glas 275g		450g		325g	176g	61%

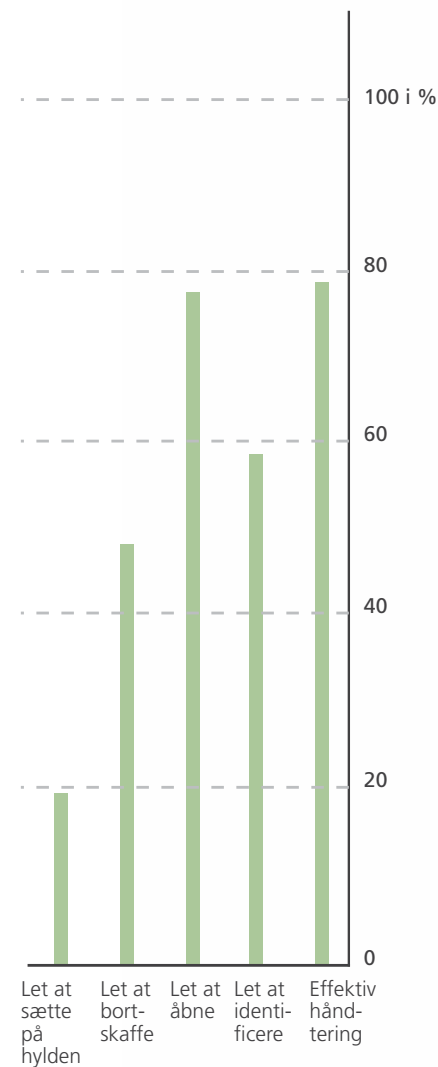
(INCPEN. Bemærk: Engelske eksempler)

Emballage direkte på hylden

Supermarkederne efterspørger i stigende grad såkaldt "Shelf ready packaging" – emballage, der er forberedt til at blive sat direkte på hylden. Fordelene er ifølge detailhandelen selv, at det bliver lettere at identificere, åbne og håndtere emballagen og at komme af med den igen.

Detailhandel: Fordelene ved "Shelf Ready Packaging":

(Multiple svarmuligheder i %)



(EHI retail institute 2008)



Danskerne holdning til emballage

Uddrag af rundspørge fra Forbrugerrådets analyseinstitut FBR-Analyse:

Er du stødt på indpakning af dagligvarer, som er vanskelig at åbne, eksempelvis fordi varen let beskadiges, eller det kræver for mange kræfter at åbne emballagen?

Ja	81 %
Nej	14 %

Har dagligvarers indpakning, deres emballage, konkret betydet, at du har fravalgt varer af miljømæssige årsager?

Nej, aldrig	26 %
Nej, ikke ofte	30 %
Ja, af og til	37 %
Ja meget tit	3 %

Kender du til varer, som efter din mening er overflødig emballerede - for eksempel flere lag emballage, hvor det ville være tilstrækkeligt med et enkelt?

Ja	59 %
Nej	17 %

Hvis du skal vurdere, om en dagligvare er miljøvenlig, hvilken af følgende faktorer vil du så normalt vurdere?

Dagligvarer er varer, som man normalt kan få i et supermarked.

Om varen er miljømærket	62 %
Om varen er pakket i genbrugsemballage	11 %
Om varen er økologisk	45 %
Om varen ikke har overflødig emballage	33 %
Om varen er i en økonomipakning	8 %
Om emballagen kan genbruges til andre formål	7 %
Om der på varen oplyses om miljøhensyn	25 %
Om varen er pakket i biologisk nedbrydelig emballage	16 %
Om varen har et navn eller billeder på pakningen, der antyder, at den er miljøskånsom	21 %
Andet	1 %
Ved ikke	7 %

(Forbrugerrådet 2007)

Gigtforeningen har tidligere med et testpanel undersøgt, hvad forbrugerne

ønsker sig af emballagen. Den skal i bund og grund bare været let at have

med at gøre! Forbrugernes ønsker er meget konkrete og brugerorienterede.

Flertallet ønsker emballage der:

■ Kan åbnes uden brug af stor styrke ■ Har store snipper ■ Har tydelige afrivningstråde

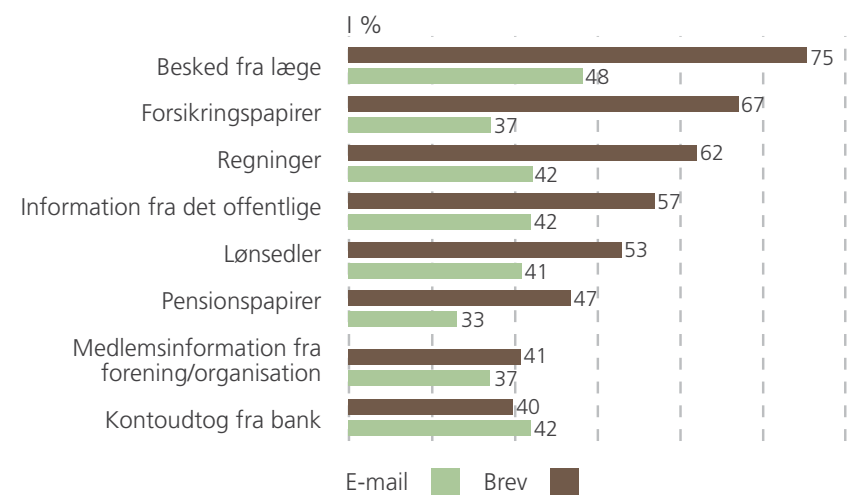
(Gigtforeningen 2005)

Post – med eller uden emballage?

Man kan modtage post med eller uden emballage: e-mails eller brevpost i en konvolut. På en række områder foretrækker danskerne faktisk en lille

smule ekstra emballage, når de skal modtage deres post. Det ser ud til, at information, der er særlig vigtig eller af formel karakter, helst skal komme i en

konvolut og ind ad brevsprækken. Det er for eksempel en besked fra lægen, papirer fra forsikringselskabet eller en regning, der skal betales.



(Post Danmark 2007)





Emballagen skal fange vores opmærksomhed

Udvalget i et moderne supermarked er enormt. Tusindvis af varer kæmper om forbrugernes opmærksomhed. Her spiller emballagen en vigtig rolle, for på få sekunder beslutter forbrugeren, hvilken vare, der skal i indkøbskurven.

Nogle varer er besluttet på forhånd, andre bliver besluttet på stedet som rene impuls køb, mens andre igen er besluttet på forhånd som en varekategori, men hvor valget af det konkrete varemærke, der ryger i kurven,

foretages ved hylden eller køledisken. Emballagen har en central rolle i markedsføringen af et produkt og på, hvad forbrugeren tænker og synes om produkterne.

Emballageændringer er positivt – til en vis grænse

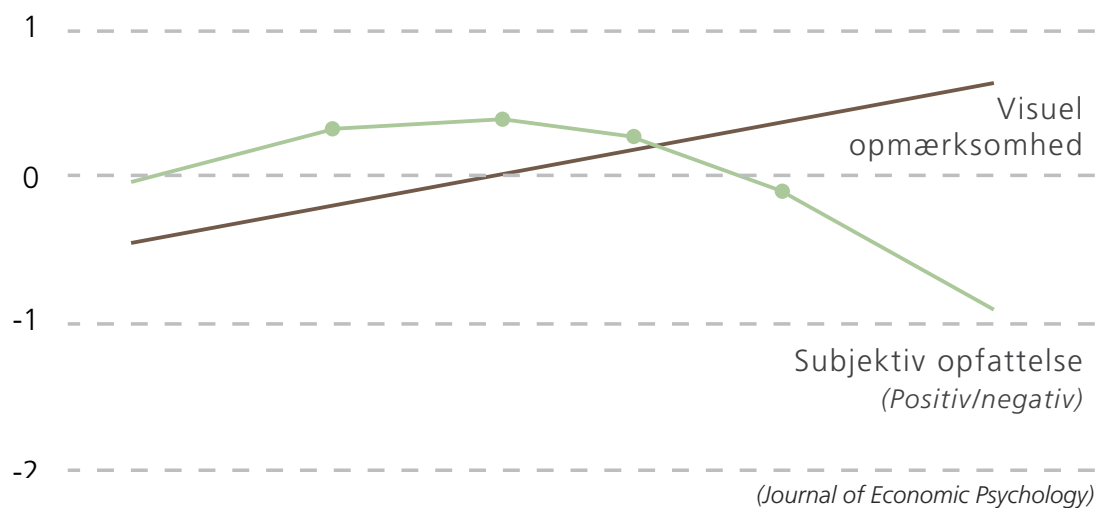
Ved ændringer i et emballagedesign påvirkes både forbrugernes opmærksomhed på produktet og deres holdning til produktet.

Figuren herunder viser resultatet af en designtest på amerikanske forbrugere. En kaffeemballage blev i flere omgange designet om, mens man samtidig fulgte forbrugernes reaktioner herpå.

Den rent visuelle opmærksomhed, forbrugerne tildelte produktet - hvor meget de kiggede på det - steg i takt med, at emballagen fik nyt design. Emballagen blev simpelthen mere tydelig og fik derfor mere opmærksomhed. I starten evaluerede forbrugerne også det nye design positivt, men efterhånden begyndte evalueringen at blive mere negativ. Så selv om op-

mærksomheden fortsatte med at stige, begyndte holdningen til emballagen at blive mere negativ. Det nye design nåede altså en grænse, hvor det blev for voldsomt. Det betyder, at vareproducenter og emballagedesignere skal balancere mellem at skabe opmærksomhed og at fastholde en positiv opfattelse af produktet.

Index for opmærksomhed og subjektiv opfattelse



Vidste du at:

- 7 ud af 10 forbrugere træffer deres valg af dagligvarer, når de er i butikken
- 8 ud af 10 forbrugere køber den første vare, de har fat i, uden at kigge på alternativer
- 9 ud af 10 forbrugere beslutter et køb efter kun at have set emballagens front og uden at have haft varen i hånden

(OPAI og Journal of Marketing)

Et nyt emballagedesign kan være med til at øge et produkts salg:

- Da Castus ændrede emballagen til deres frugstænger og frugtpålæg, steg omsætningen på et år med 69%.

(Kilde: Dansk Design Center)

- Da den norske fødevarer virksomhed Norrek i samarbejde med den danske emballageproducent Schur udviklede en ny emballage til Norreks grønsagsblanding til wok, steg salget 40-50 % i det første halve år.

(Schur)

...men det kan også ødelægge det:

- Da producenten af appelsinjuicen Tropicana introducerede en fundamentalt nydesignet karton på det amerikanske marked i januar 2009, faldt salget med 20 % på bare to måneder. Tropicana trak den nye emballage tilbage.

(brandpackaging.com)

Singleliv giver mere emballage

Selvom danskernes samlede emballageforbrug overordnet er stabilt, er der nogle der bruger mere emballage end andre.

Vidste du at:

- Singler har et forbrug af emballage, der er 32 % højere end et medlem af en husstand på fire personer
- Singler efterlader samlet set 50 % mere affald end et medlem af en husstand på fire personer

(Energi, september 2008)



Flere og flere voksne bor alene. I forhold til for ti år siden bor 11 pct. flere i dag alene. På samme tid er befolkningen som helhed vokset med 4 pct. Antallet af aleneboende 20-79 årige er vokset med 80.000, og hver femte bor for sig selv.

Aleneboende

Mænd og kvinder	I alt i 1999	I alt i 2009
20 - 79 år	19,5	21,1
20 - 29 år	21,5	24,4
30 - 39 år	13,1	15,5
40 - 49 år	12,5	14,4
50 - 59 år	16,5	19,5
60 - 69 år	25,0	24,3
70 - 79 år	42,3	38,6

(Danmarks statistik 2009)



Emballage i skraldespanden

Når kasserne er tømt, tuberne presset i bund og lågene skruet af for sidste gang, skal vi af med emballagen igen. Det meste emballageaffald kommer vi i skraldespanden til dagrenovation, hvorefter det hovedsageligt enten bliver genanvendt eller nyttiggjort ved forbrænding. Noget sørger vi selv for at returnere, nemlig pantflasker i re-turautomaterne. Desværre finder ikke alt affald sin vej til genanvendelse eller nyttiggørelse. Noget bliver henkastet i naturen.

Danske affaldsmængder:

- Den samlede affaldsproduktion i Danmark var i 2006 på 15,5 millioner tons. Heraf udgjorde emballageaffald 8 %.
- Husholdningerne stod for 20 % af den samlede affaldsmængde, eller tæt på 3,3 millioner tons.
- Det svarer til, at hver dansker producerede 613 kg affald, heraf 179 kg emballage.

(Miljøstyrelsen 2008)

Emballagen bruges igen

EU har sat nogle mål for, hvor meget af emballagen der skal genanvendes og nyttiggøres. Danmark lever op til kra-

vene på alle andre områder end plastemballage, hvor vi dog er godt på vej med bl.a. en stor fremgang i 2006.

Emballage materiale	Forsyning (tons)	Genanvendelse (tons)	Genanvendelse i %	
			DK (2007)	EU (2008)
Glas	105.234*	135.138	128,2	80,0
Plast	191.978	41.787	21,8	22,5
Papir og Pap ¹	518.622	313.559	60,5	60,0
Metal	35.082	30.467	86,8	50,0
Træ	107.509	35.411	32,9	15,0
Andre	20.535			
I alt	978.960	556.362	56,8	55,0

1) Kun papir- og papemballage.

(Miljøstyrelsen 2009)

* Hvis forsyningen og dermed potentialet for genanvendelse af glasemballage opgøres alene ud fra Affaldsbekendtgørelsen, er den beregnet til 139.559 tons. Vurderes potentialet i forhold til kravene for EU-indberetningen, hvor effekten af det danske pant- og retursystem indgår, fås de nævnte 105.234 tons. Det er disse forskelle, der giver en genanvendelsesgrad på over 100 %.

Ordbog:

[Genbrug]
enhver operation, hvor produkter eller komponenter, der ikke er affald, bruges igen til samme formål, som de var udformet til

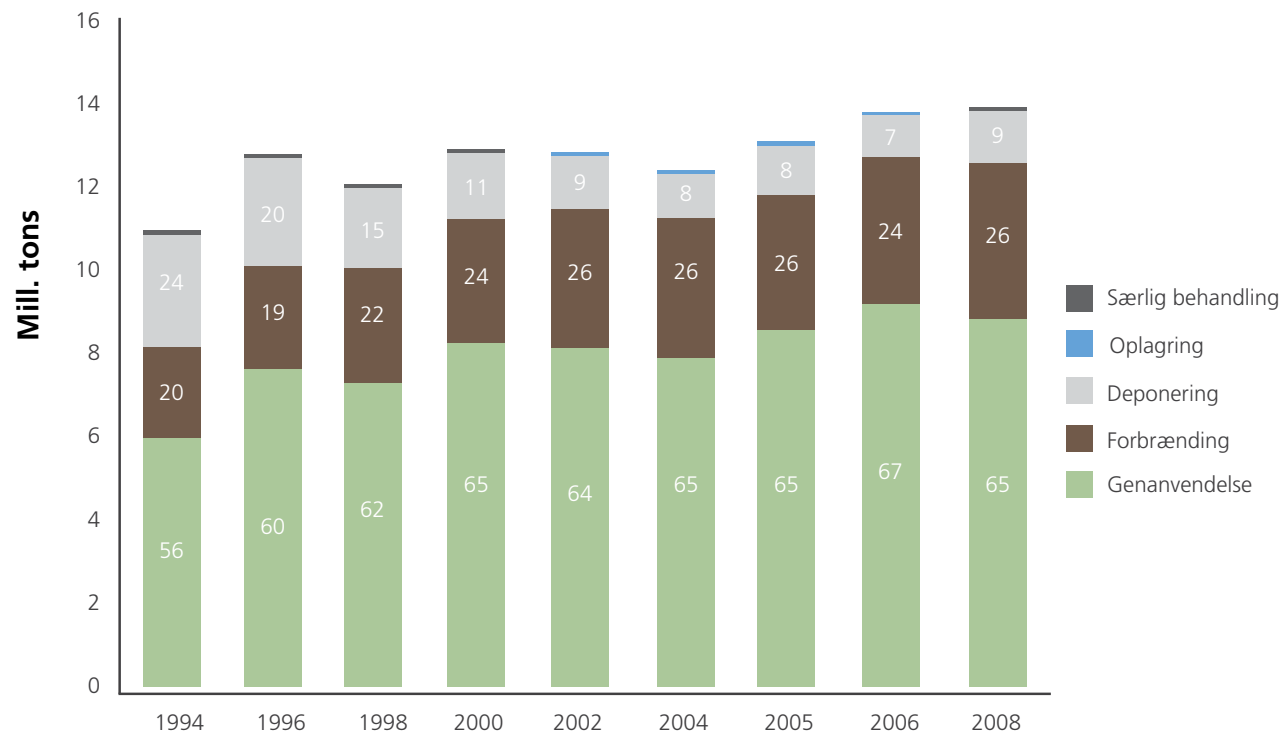
[Genanvendelse]
enhver nyttiggørelsesoperation, hvor affaldsmaterialer omforarbejdes til produkter, materialer eller stoffer, hvad enten de bruges til det oprindelige formål eller til andre formål

[Nyttiggørelse]
enhver operation, hvis hovedresultat er, at affald opfylder et nyttigt formål ved at erstatte anvendelsen af andre materialer

[Deponi]
Affaldsbortskaffelse ved at deponere affaldet på landjorden uden udnyttelse af affaldets ressourcer

Hvordan behandler Danmark sit affald

I Danmark genanvender vi ca. 65 % af vores samlede affald, mens omkring en fjerdedel nyttiggøres til energi ved forbrænding.



(Miljøministeriet 2008)

Ser man specifikt på behandlingen af emballageaffald i Danmark og nogle af landene omkring os, ser det sådan ud:

	Emballageforbrug pr. indbygger	Indsamlingsgrad	Genanvendelse	Nyttiggørelse v. forbrænding
Danmark	179 kg	94 %	56 %	38 %
Sverige	157 kg	81 %	58 %	23 %
Norge	105 kg	89 %	70 %	19 %
Tyskland	196 kg	88 %	66 %	23 %
England	173 kg	62 %	58 %	5 %

(Europaen 2009)

Tallene viser, at der er forskelle på, hvordan landenes systemer til indsamling og behandling af emballageaffald er bygget op. F.eks. er Norge i top med genanvendelse, men satser ikke nær så meget på nyttiggørelse af af-

faldet til energi ved forbrænding, hvor Danmark ligger højt pga. vores system med forbrændingsanlæg, der skaber fjernvarme. Et land som England har en genanvendelsesgrad omtrent som Danmarks, men de indsamler ikke

nær så meget af det samlede emballageaffald og satser stort set ikke på nyttiggørelse. Meget mere affald bliver derfor deponeret.

Danskernes madspild

Hver dansker står for 125 kg madaffald, hvoraf 63 kg er mad, der kunne være spist.

(Landbrug og fødevarer 2009)

Det vil de fleste danskere gerne være med til at gøre noget ved. 61 % mener i en undersøgelse, at der skal gøres en indsats for at reducere madspildet. Forbrugerne erkender, at det er dem, der har hovedansvaret, men peger også på, at den mad, man køber, og den måde den er pakket ind på, kan afhjælpe spildet, for eksempel ved hjælp af mindre portionspakker.



Uddrag af analyse fra landbrug og fødevarer:

Hvilket af følgende tre udsagn beskriver bedst din holdning til madspild?

Der skal gøres en indsats	61 %
Personligt valg	23 %
Ikke tænkt over	16 %

Hvad ville kunne få dig til at smide mindre mad ud?

Intet - smider næsten intet ud	48 %
Mindre portionspakker i butikkerne	19 %
Større bevidsthed om problemet	8 %
Stigende fødevarerpriser	6 %
Færre storkøbstilbud	5 %
Andet	19 %
Ved ikke	2 %

Hvem har efter din mening det meste af ansvaret for madspild i Danmark?

Forbrugerne	59 %
Detailhandelen/butikkerne	8 %
Fødevarerproducenterne	8 %
Politikere	1 %
Andre	14 %
Ved ikke	20 %

(Foodculture 18:09)

Har du tænkt over at:

Emballage kan være med til at reducere madspild. Det kan kræve lidt mere emballage, hvis der eksempelvis er brug for flere mindre portionspakker. Til gengæld er miljøbelastningen fra madspild ofte værre end belastningen fra emballage, der i høj grad genanvendes eller nyttiggøres

Mens der i Vesteuropa højest er et spild på 3 % af fødevarer, er spildet i udviklingslande på op til 50 %. En af de væsentligste årsager til det store spild er mangelfuld emballering

(ECR Europe)

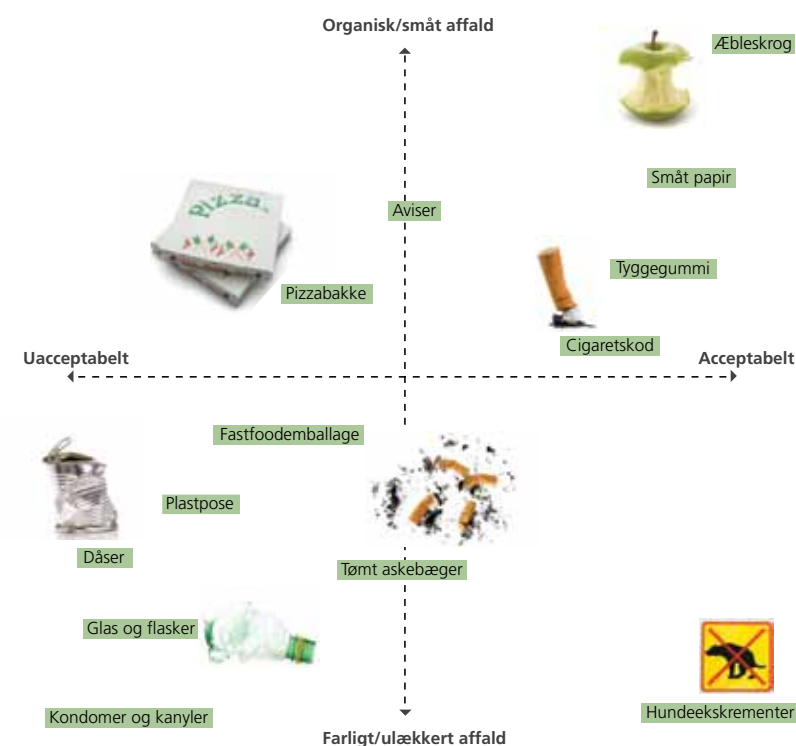
Affald i naturen

Der bliver smidt og efterladt en del affald i byer, skove, parker, på strande og langs veje. De præcise tal over det samlede omfang af henkastet affald findes ikke, men forskellige indsamlinger viser, at der er en problematik, der skal tages fat på. Danmarks Naturfred-

ningsforenings årlige affaldsindsamling resulterede i 173.099 kg affald og 152.355 dåser.

En indsamling på udvalgte gader i København i 2007 giver et indtryk af, hvilke typer affald der typisk smides i

større danske byer. Blandt andet emballage til drikkevarer og fast food er noget af det, der henkastes i større omfang:



(Operate 2007)



Affaldstype	Antal
Cigarettskodder	12.187
Papiraffald	1.318
Kapsler	520
Drikkekrus	124
Glas	112
Frukt	110
Dåser	55
Hundeekskremer	22
Fastfood-emballage	19
Bygningsaffald	16
Pizzabakker	1
Andet	246
Total	14.731

(Rostra research 2007)

Langt de fleste danskere synes, at det er forkert at henkaste affald og at det udgør et stort problem. Men der er stor forskel på, hvordan forskellige typer af affald opfattes:

Nedbrydningstider for affald henkastet i naturen:

Affaldstype	Antal
Madrester	2 uger
Mælkekartoner	2 år
Ispapir	2 år
Cigarettskodder	4 år
Tøj	5 år
Kapsler	ca. 100 år
Plastposer	> 100 år
Dåser	> 100 år
Flasker og glas	> 1.000 år
Mobiltelefoner og batterier	> 1.000 år

(Affald.dk)

Emballage i miljøregnskabet

Bæredygtighed, CO₂-udledninger, klimaforandringer. Det er noget af det, der diskuteres allermost i disse år. Det gælder også for emballagebranchen. Emballage ansues ofte som et miljøproblem, og der er da også en miljøpåvirkning ved fremstillingen, brugen og bortskaffelsen af emballage. Emballageaffald er samtidig meget synligt. Kartonerne og pålægsposerne fylder godt i skraldespanden, og efterladte pizzabakker og øldåser kan hurtigt få en park til at ligne noget helt andet end et grønt åndehul.

Fokus på emballagemængder og affald er nødvendigt, men emballagens synlighed risikerer samtidig at føre til overdrivelser af emballagen som selvstændigt miljøproblem. Emballage

står ikke alene, men er sat i verden for at indeholde en vare. Det er ikke meningsfuldt at vurdere miljøeffekten af en mælkekarton eller en kaffepose, uden at tage mælken og kaffen med i betragtningen. Derfor er man begyndt i højere grad at se på en vares samlede livsforløb, når dens miljøeffekter skal vurderes. I en livscyklusanalyse (LCA) ser man på et produkts vej fra vugge til grav, og hvordan produktets miljøaftryk fordeler sig i dette livsforløb. For en liter mælk betyder det, at man er nødt til at se på alt fra fremstillingen af mælk, produktionen af kartonen, transporten til supermarkedet og forbrugerne og bortskaffelsen af den brugte karton for at kunne vurdere en liter mælks aftryk på miljøet.

Emballageregulering i EU

EU's emballagedirektiv skal blandt andet minimere brugen af emballage og sikre en så høj grad af genanvendelse af emballageaffald som muligt. Kommissionen har opgjort nogle af de effekter, direktivet har haft:

- Nyttiggørelse og forbrænding med energiodnyttelse øget med 9 %

- Genanvendelse af emballage øget med 8 %

- Alle mål for nyttiggørelse og genanvendelse er nået

- Reduktion af drivhusgasser (svarende til ca. 25 mio. ton CO₂)

- Reduktion af ressourceforbrug (svarende til ca. 10 mio. ton olie)

Vidste du at:

Fødevareproduktion står for 22 % af forureningen i Europa (2.0-LCA Consultants)

Emballage står for ca. 10 % af miljøpåvirkningen i et samlet produkt-emballagesystem (Packnews.no)



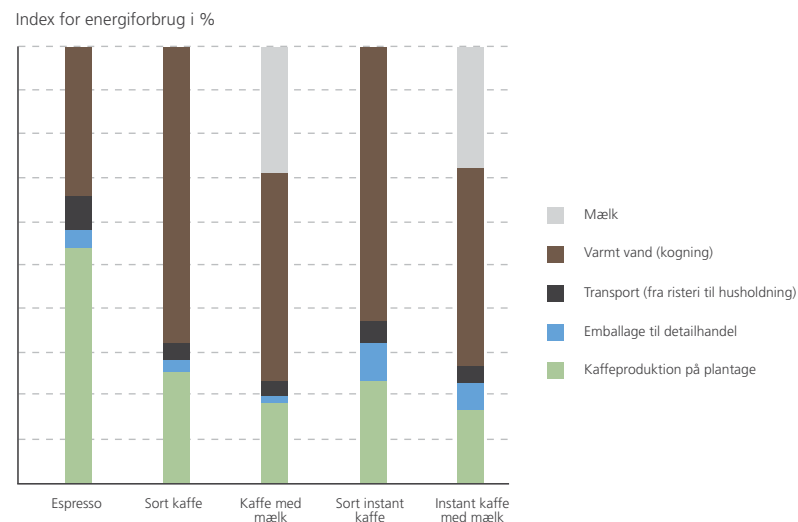
Miljøregnskabet på morgenbordet



Kaffe:

Emballagen udgør kun en lille del af miljøpåvirkningen i forbindelse med fremstilling og forbrug af kaffe. Det gør en lille forskel, hvordan man foretrækker sin kaffe, men generelt er det dyrkningen og produktionen af kaffe samt kogning af vand til en kop kaffe, der tegner sig for de største poster.

(ESU services 2008)



Juice:

Producenten af Tropicana Pure Premium juice har opgjort de CO₂-udledninger, der er forbundet med juicen i forskellige livsfaser. Samlet set går der 1,7 kg CO₂ til en karton indeholdende små to liter appelsinjuice. CO₂-udledningen fordeler sig således i procent af den samlede udledning:

- Dyrkning af appelsiner: 60 %
- Transport/distribution: 22 %
- Emballage: 15 %
- Andet 3 %

(Pepsico.com)



Mælk:

Ved fremstilling og forbrug af mælk kommer 60-80 % af energiforbruget fra landbrugsproduktionen, og miljøpåvirkningen fra emballagefremstilling er relativt lille.

(Journal of Cleaner Production 2008)

Arla har udskiftet kartonerne til Harmonie mælk, så de nu er lavet af tyndere pap og udleder mindre CO₂. Arla vurderer, at det kan reducere CO₂ udslippet med 4000 tons om året.

Havregryn:

Et svensk forskningsprojekt har udregnet klimabelastningen for et kilo havregryn. Det samlede udslip af drivhusgasser forbundet med fremstilling, emballering og transport af 1 kg havregryn er 0,87 kg CO₂-ækvivalenter. Dyrkningen af havre i marken står for langt den største del af udslippet. Fordelingen er:

- Havre: 0,74 kg
- Fremstillingsproces: 0,034 kg
- Emballering: 0,027 kg
- Opbevaring i butik: 0,014 kg
- Transport: 0,053 kg

(Lantmännen 2008)



Ost:

Hvis man sparer 5 % ost i EU, sparer man 4 mio. ton CO₂. Tilsvarende reduktion i emballagemængde giver kun besparelse på 18.000 ton.

(Packnews)





Emballage har mange former og funktioner. Er emballage et miljøproblem eller noget, der kan bidrage miljømæssigt positivt? Er det en irriterende forhindring eller en kilde til gode forbrugeroplevelser? Er det et nødvendigt onde eller noget, der giver merværdi?

Pjecen her sætter emballage i relief og præsenterer dens rolle i et moderne forbruger- og velfærdssamfund.