

Anne Schömig

Packaging and Sustainability

Die Verpackung vor dem Hintergrund von Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit aus Sicht von Konsument, Industrie und Handel

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2012 GRIN Verlag
ISBN: 9783656686958

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/276046>

Anne Schömig

Packaging and Sustainability

**Die Verpackung vor dem Hintergrund von Corporate Social Responsibility
und Nachhaltigkeit aus Sicht von Konsument, Industrie und Handel**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Packaging & Sustainability – Die Verpackung vor dem
Hintergrund von Corporate Social Responsibility und
Nachhaltigkeit aus Sicht von Konsument, Industrie und
Handel

BACHELORARBEIT

Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt

Fakultät: Wirtschaftswissenschaften

Studiengang: Medienmanagement

Fachgebiet: Marketing

Anne Schömig

Würzburg, 27.03.2012

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis.....	III
Abkürzungsverzeichnis.....	IV
1. Einleitung.....	1
1.1 Einführung in das Thema	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	2
1.3 Abgrenzung der Arbeit.....	4
2. Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit.....	5
2.1 Corporate Social Responsibility – Eine Definition von Verantwortung.....	5
2.2 Nachhaltigkeit – Begriffsentwicklung und -bezug zu CSR.....	8
2.3 Die Entwicklung der CSR- und Nachhaltigkeitsdebatte	13
3. CSR und Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensstrategie	18
3.1 Unternehmensrolle im Wandel.....	18
3.2 Besser, verantwortungsvoller, nachhaltiger: Gründe für CSR Engagement und nachhaltiges Wirtschaften	21
3.3 Die Unternehmenskommunikation von Nachhaltigkeit	28
3.3.1 Einführung in die Problematik.....	28
3.3.2 Unternehmenssicht: Wie Nachhaltigkeit der Marke nützen kann.....	31
3.3.3 Nachhaltigkeit ist kein Kommunikationsthema!? Der Fall Danone.....	34
4. Die Verpackung im Spannungsfeld zwischen Industrie, Handel und Verbraucher.....	37
4.1 Die Bedeutung der Verpackung.....	37
4.2 Konflikte entlang der Verpackung aus Sicht von Handel, Industrie und Verbrauchern.....	40
5. Nachhaltigkeit im Verpackungsbereich	45
5.1 Einführung - Der lange Weg zur nachhaltigen Verpackung.....	45
5.2 Aktuelle Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit im Verpackungsbereich.....	48
5.3 Nachhaltig verpacken, was bedeutet das?.....	52

5.3.1	Einführung- Nachhaltigkeit über den gesamten Verpackungsprozess.....	52
5.3.2	Packstoffe und Herstellungsverfahren.....	55
5.3.3	Konfliktherd Verpackungsgröße.....	61
5.3.4	Smart Packaging unter dem Nachhaltigkeitsaspekt – RFID Codes und Temperatur-Zeit Indikatoren	63
5.3.5	Erwartungen von Verbrauchern an nachhaltige Verpackungen	67
5.3.6	Kommunikation von nachhaltigen Verpackungen gegenüber dem Verbraucher	73
5.4	The Global Protocol on Packaging Sustainability 2.0 - Teamwork von Industrie und Handel.....	81
6.	Fazit und Ausblick.....	86
	Literatur- und Quellenverzeichnis	89

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Assoziationen der Befragten mit dem Begriff „Nachhaltigkeit“	12
Abbildung 2: Gutes Nachhaltigkeitsmanagement als Balance zwischen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Themen	21
Abbildung 3: Gründe für gesellschaftliches Engagement von Unternehmen	22
Abbildung 4: Konsumenten zeigen eine hohe Bereitschaft, Unternehmen für Fehlverhalten zu sanktionieren	26
Abbildung 5: Mit Nachhaltigkeit macht man kaum Schlagzeilen.....	29
Abbildung 6: Nutzen für Marken, die Nachhaltigkeitsthemen in ihre Kommunikation integrieren	34
Abbildung 7: Die Positionierung in den Dimensionen Informationsgehalt und Glaubwürdigkeit bei Konsumenten und Experten	39
Abbildung 8: Handlings Vorteile einer SRP aus Sicht der befragten Händler	41
Abbildung 9: Verpackung im Spannungsfeld unterschiedlicher Anforderungen	44
Abbildung 10: Lizenzgebühren für Verpackungen in ausgewählten EU-Staaten (in Euro-Cent pro kg).....	47
Abbildung 11: Das Thema Nachhaltigkeit in Bezug auf Verpackungen.....	51
Abbildung 12: Optimum Packaging.....	54
Abbildung 13: RFID-Chip für Verpackungen.....	64
Abbildung 14: Beispiel für einen TTI	66
Abbildung 15: Die deutsche Bevölkerung in fünf Typen von CSR-Konsumenten mit verschiedenen Eigenschaften	68
Abbildung 16: Nachhaltigkeitsfunktionen von Verpackungen aus der Befragung.....	70
Abbildung 17: Nachhaltigkeitsfunktionen von Verpackungen aus der Befragung mit Bewertungen der einzelnen Zielgruppen.....	71
Abbildung 18: Preisbereitschaft von Konsumenten für umweltfreundliche Verpackung	73
Abbildung 19: Logo mit Schutzzielen	76
Abbildung 20: FSC-Label.....	79
Abbildung 21: GPPS Indicator and Metric Übersicht.....	84

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

A

Abb. Abbildung

B

BfR Bundesinstitut für Risikobewertung

BMU Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Realtorsicherheit

bspw. beispielsweise

C

CC Corporate Citizenship

CEN Comité Européen de Normalisation
Europäisches Komitee für Normung

CSR Corporate Social Responsibility

D

DIN Deutsches Institut für Normung

DSD Duales System Deutschland

DJSI Dow Jones Sustainability Index

DUH Deutsche Umwelthilfe

E

EAN European Article Number

ECR Efficient Consumer Response

EG Europäische Gemeinschaft

EHI Euro Handelsinstitut

EN European Standards

etc. et cetera

EWG Europäische Wirtschaftsgemeinschaft

EU Europäische Union

EUROPEN Europäische Organisation für Verpackung und Umwelt

F

FAO Food and Agriculture Organisation
Welternährungsorganisation der vereinten Nationen

FEVE Europäischer Verband der Behälterglasindustrie

FKN Fachverband für flüssige Nahrungsmittel e.V. Berlin

FSC Forest Stewardship Council

G

GfK Gesellschaft für Konsumforschung

GPP Global Packaging Project

GEPA Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der dritten Welt

GPPS The Global Protocol on Packaging Sustainability 2.0

I

ISO Internationale Organisation für Normung

L

LCA Life Cycle Assessment

LEAD Corporate Sustainability Leadership

LEH Lebensmitteleinzelhandel

LOHAS Lifestyle of Health and Sustainability

M

MEG Monoethylenglykol
MHD Mindesthaltbarkeitsdatum

N

NAI Natur Aktien Index
NGO Non-Governmental Organization
Nichtregierungsorganisation

O

OECD Organization for Economic Co-operation and Development
Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

P

PCF Product Carbon Footprint
PET Polyethylenterephthalat
PLA Polylactid
POS Point of Sale
PR Public Relations

Q

QR Quick Response

R

RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung, gegründet als:
Reichsausschuss für Lieferbedingungen
RNE Rat für nachhaltige Entwicklung

U

UN United Nations
u. a. Unter anderem

S

SRP Shelf Ready Packaging

R

RFID Radio Frequency Identification

T

TA Terephthalsäure
THG Treibhausgase
TTI Temperatur-Zeit Indikatoren

V

VDMA Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau
VerpackV Verpackungsverordnung
vgl. vergleiche
VO Verordnung

W

WWF World Wide Fund for Nature
WPR Waschmittel, Putzmittel, Reinigungsmittel
W&V Werben & Verkaufen

Z

z. B. zum Beispiel