



## Facelifting für Verpackungen


Auch die Kosmetikindustrie muss nachhaltig werden. Bei der Verpackung fängt es an: Ökologische und gleichzeitig verbraucherfreundliche Lösungen sind in Arbeit oder bereits im Einsatz. — von Peter Reckenthäler

Ob Anti-Aging-Serum, Lipgloss oder Aftershave: Produkte, die der Schönheit dienen, sollten auch selbst etwas hermachen. Daher sind attraktive Verpackungen gerade im Kosmetikbereich ein wichtiges Verkaufsargument. Erst recht bei Premiumprodukten. Aber auch hier ändern sich die Maßstäbe. Was vor Jahren noch als hochwertig galt – aufwendige Umverpackungen und jede Menge Glanz und Glimmer – ist heute nicht mehr zeitgemäß, weil: nicht nachhaltig. Große Sprünge hat die Branche hier allerdings noch nicht gemacht. Laut einer im April 2020 veröffentlichten Studie des Kosmetikverbands VKE sehen Kunden noch großen Nachholbedarf. Nur jeder fünfte Befragte hält die Kosmetikindustrie für nachhaltig. 74 Prozent wünschen sich mehr Aktivitäten in diese Richtung. Gerade das Thema Umverpackungen gehört für viele Befragte (61 Prozent) zu den größten Herausforderungen der Branche (neben Tierversuchen und umweltgefährdenden Inhaltsstoffen). Im Übrigen fordert auch der Gesetzgeber mehr und mehr recycelbare Verpackungen.

Um Kunden zufriedenzustellen, erfolgreich am Markt zu bleiben und vor allem Verantwortung unserem Planeten gegenüber zu zeigen, ist daher rasches Umdenken nötig. Die Verpackungsbranche tüfelt schon längst an neuen Packungskonzepten und setzt auf Holz, Papier, Glas und andere wiederverwendbare Materialien. Dabei entwickelt sich Schlichtheit zwangsläufig zum neuen Luxus. Die Frage im Wettbewerb lautet nur: Wer setzt das am stilvollsten um? Eine extreme Lösung könnte sein, ganz auf die Verpackung zu verzichten und sogenannte *nackte Kosmetik* anzubieten. Diese wird etwa in Unverpacktläden in mitgebrachte Behältnisse verpackt.

Neben der Kosmetikbranche setzen vor allem Lebensmittelhändler schon auf dieses Prinzip des Zero Waste. Aber auch hierbei müssen Informationen an den Konsumenten gebracht werden – so will es das Gesetz. Hersteller, denen das zu umständlich oder nicht möglich ist, sollten zumindest auf recyclingfähige und/oder recycelte Verpackungen zurückgreifen, deren Produktion und Entsorgung die Umwelt weniger oder bestenfalls gar nicht belasten.

Allerdings haben auch die gängigen Materialien ihre Nachteile: Glas beispielsweise lässt sich zwar gut wiederverwerten, ist aber relativ schwer, oft lichtdurchlässig und daher für den Schutz der empfindlichen Inhaltsstoffe von Kosmetikprodukten nicht so gut geeignet. Herkömmliches Papier konnte bislang nur für trockene Kosmetik wie Puderprodukte verwendet werden. Um es auch für die Verpackung von Flüssigkeiten einzusetzen und diese über Monate oder gar Jahre zu schützen, muss es modifiziert werden. Die Forschung arbeitet daran. Eine Innovation aus jüngerer Zeit ist beispielsweise die sogenannte Paper Bottle, eine vollständig biobasierte und recyclingfähige, faserbasierte Flasche aus erneuerbaren Materialien. Neben der Getränke- sieht auch die Kosmetikbranche darin großes Potential. Sie plant für ihre Produkte zum Teil schon die Markteinführung der Papierflasche.

Wie innovativ Entwicklungen wie diese sind, zeigt sich auch in den Investitionen in den Rechtsschutz: Die Zahl an Patentanmeldungen und erteilten Patenten auf diesem Gebiet steigt stetig. Wenn parallel dazu die Umweltbelastung bald deutlich sinken würde, wäre schon viel erreicht. 



**Dr. Peter Reckenthäler**

Cohausz & Florack

Patent- und Rechts-

anwälte Düsseldorf

[www.cohausz-florack.de](http://www.cohausz-florack.de)