

Verpakkingsindustrie worstelt met het plasticmonster

Richard Smit
Amsterdam

Verpakkingsbedrijven staan voor een hel- se taak. De maatschappelijke roep om minder plastic-afval is luid, maar in de praktijk 'neemt de vraag naar plastic al- leen maar toe'.

De verpakingsindustrie staat voor een enorme omslag, zegt Michiel Norg van verpakingsbedrijf Lumipack uit Nijkerk. Van de plastic omhulsels van voedingsmidde- len is volgens hem nog niet de helft te re- cyclen. Al die handige hersluitbare verpak- kingen bestaan uit meerdere materialen, die niet meer goed uit elkaar zijn te halen. Zijn Lumipack richt zich sinds anderhalf jaar op enkelvoudige plastics en compos- teerbare verpakkingen voor vleeswaren en kaas. Binnenkort volgt vlees.

Dat is alvast een stapje in de goede rich- ting, want plastic ligt van alle kanten onder vuur. Het Europees Parlement deed vori- ge week rietjes, wattenstaafjes, eenmalige bordjes en ander wegwerpplastic in de ban in alle EU-landen. Die plastic spullen be- landen uiteindelijk vaak in zee, met een af- schrikwekkende plasticsoep als resultaat.

In Nederland beloofden ruim zeventig bedrijven en organisaties in februari on- der meer al hun verpakkingen 100% recy- clebaar te maken.

De roep om minder plastic-afval zet de kredietwaardigheid en de winstgevend- heid van verpakingsbedrijven onder druk, constateerde kredietbeoordelaar Moody's in maart. Doordat de consument steeds va- ker vraagt om duurzame verpakkingen, en door maatregelen ter beperking van plas- tic-afval bij winkelbedrijven en fabrikan- ten van consumentenproducten, groeit de druk om andere materialen te vinden.



Niet meer naar China

Verpakking als mi- lieuprobleem moet in 2026 de wereld uit, zegt Michaël Nieuwesteeg van het NVC Neder- lands Verpakings- centrum. Dat vindt niet alleen hij, dat is de opdracht die meer dan vijthon- derd leden van de vereniging in Euro- pa zichzelf gesteld hebben. Voorheen verscheepte Euro- pa 110 miljoen ton afval naar China, maar dat land wil de rommel van andere landen niet meer. De wereld verpakt elke secon- de honderddui-

zenden producten, zegt Nieuwesteeg. Hij pleit enerzijds voor een milieuv- antwoorde aanvoer van verpakings- materialen. 'Dat hoeft niet recht- streeks van een Sa- oedische oliebron te komen. Materi- aal kan opnieuw als grondstof worden gebruikt.' En de geleegde verpakkingen moeten beter worden gebruikt. 'Als je iets produ- ceert, moet je ook meteen nadenken wat er met de lege verpakking moet gebeuren.'

Plastic-afval is een wereldwijd probleem, zoals hier in Mexico.

FOTO: JOSE LUIS GONZALEZ/REUTERS

DURE INVESTERINGEN

Veel bedrijven in de voedingsindustrie vra- gen ons om nieuwe verpakkingen te ko- men testen, zegt Norg. Bij verse voedings- producten, waar gas aan de verpakking wordt toegevoegd om ze langer houdbaar

te maken, zit volgens hem het grootste pro- bleem. 'Pas sinds kort zijn er enkele be- drijven die monomaterialen hebben met een gasbarrière. Op dit moment testen we monomaterialen voor een kaasverpakker en composteerbare verpakkingen voor een grote vleeswarenproducent.'

Deze week is in Den Bosch de verpak- kingsbeurs Empack. Zwager Techniek, een leverancier van verpakingsmachines, is er aanwezig met een andere oplossing voor het plasticprobleem. 'Wij kunnen met onze verpakkingen voor vis, vlees en kaas tot 90% kunststof besparen', vertelt Peter-Paul Zwa- ger. Dat kan doordat het bedrijf een dun laagje folie aanbrengt op karton. Dat dun- ne laagje kun je later lostrekken, zodat het goed opnieuw is te gebruiken.

Dat soort verpakkingen levert het Bever- wijkse bedrijf nu drie jaar, maar heel hard

gaat het niet. Volgens Zwager zijn er be- drijven die ermee experimenteren, bijvoor- beeld een grote vleesverwerker. Maar de meeste bedrijven vinden het — als puntje bij paaltje komt — toch te duur. 'Het pro- bleem is dat bedrijven daar wel drie tot vier ton voor moeten investeren. Als bedrijven dat horen, haakt 80% af.'

VRAAG NAAR PLASTIC GROEIT

Plastic zit ten onrechte in het verdomhoek- je, vindt Joan Hanegraaf. Hij is directeur-ei- genaar van Oerlemans Packaging uit Gen- deren, dat een omzet draait van €200 mln met acht plasticfabrieken. Die produce- ren met ruim zeshonderd werknemers allerlei flexibele kunststofverpakkingen, van stroopwafelzakjes tot verpakkingen voor friet en folies voor over pallets. De vraag naar die plastic verpakkingen ziet

de ondernemer alleen maar toenemen.

Simpelweg omdat plastic in zijn ogen beter is dan de alternatieven. Beter dan glas, blik, karton en papier, als het gaat om CO₂-uitstoot. Verder maakt plastic produc- ten beter houdbaar. 'Vroeger verpakten we kruiden in papier. Dan komt er vocht bij en wordt het een bonk.'

Bovendien zijn alternatieve materialen volgens hem minder hygiënisch, minder voedselveilig en ook niet beter voor het mi- lieu.

Dat de discussie niettemin steeds gaat over plastic, komt volgens hem doordat het zo zichtbaar is en het blijft drijven. Papier en ander afval dat in het water belandt, zakt naar de bodem of lost op. 'In Nederland is het echte probleem consumptie buitens- huis. Mensen die in de auto wat eten en drinken en de verpakkingen uit het raam-

pje kieperen. Het is vooral een gedragspro- bleem. Dat los je niet op door in de winkel de producten iets anders te verpakken.'

We voeren de verkeerde discussie, vindt Hanegraaf. 'Dat plastic hoort gewoon niet

in het milieu. Daarom ondersteun ik het betalen aan de kassa voor draagtasjes, maar dan ook die van papier en ander ma- teriaal.' De ondernemer pleit voor een be- tere inzameling en v-oorl meer recycling. Daarom moeten verpakkingen ontworpen worden voor nieuw gebruik. Dus niet al- lerlei laagjes verschillend materiaal over elkaar, die nauwelijks meer uit elkaar te halen zijn, maar enkelvoudige plastics.

'Er gebeurt veel achter de schermen', zegt hij. 'We hebben voor alles een oplos- sing.' Dat gaat van biobased producten en bio-afbreekbare kunststoffen tot de ontwikkeling van zoveel mogelijk mono- materialen. En dan is er altijd nog een res- tant dat je moet verbranden om warmte terug te winnen. 'Een zakje sambal, daar krijg je dat spul nooit meer uit. Het heeft geen zin om dat te recyclen.'

“

‘Wij kunnen tot 90% kunststof besparen, maar de meeste bedrij- ven vinden het te duur’

Peter-Paul Zwager
Leverancier van verpakingsmachines

“

‘Het is vooral een gedragsprobleem, dat los je niet op met een andere verpakking’

Joan Hanegraaf
Directeur Oerlemans Packaging