

+++ Ein Flaschenverschluss auf der grünen Hitliste: Kork als ökologisches Gütesiegel

+++ Auch Kork ist Klimaschutz +++ Amorim auf globaler „Green List“

+++ Ihre Rolle wurde lange unterschätzt: Die Getränkeindustrie als ökologischer Faktor



Auch Kork ist Klimaschutz

In normalen Zeiten – wenn es denn gegenwärtig in Wirtschaft und Umweltschutz noch „normale Zeiten“ gibt – beschäftigt sich eine international renommierte Zeitschrift der Getränkeindustrie wie „The Drinks Business“ mit Personalentscheidungen in den Führungsebenen der großen Unternehmen, mit der Zukunft einzelner Weinregionen und den aktuellen Aussichten einzelner Rebsorten oder Whisky-Produzenten. „Business as usual“ eben – und dabei gerät leicht in den Hintergrund, dass es bei der Getränkeindustrie bei Weitem nicht nur um den Genuss geht: Sie ist geradezu das Musterbeispiel eines global agierenden, vielfach vernetzten industriellen Komplexes, der über individuelle Weinproduzenten und große Produktionshäuser, über Bierbrauer und Vertriebsketten, über Abfüllung, Verpackung und Verkauf in Fachhandel, LEH und Discounter große Finanzströme bewegt.

Und mehr als das: Der Getränkesektor hat in seinen Standort- und Produktionsentscheidungen großen Einfluss auf die Umwelt, prägt

das Bewusstsein der Konsumenten und damit die Öffentlichkeit – vielleicht mehr, als vielen Konsumenten bislang bekannt sein dürfte: Profanes „Durstlöschen“ als „Ex- und Hopp“-Routine, Bekenntnis zu reflektiertem, qualitätsorientiertem Genuss und schließlich Getränkekonsum als Ausdruck einer am „Lohas“ – Lifestyle of Health and Sustainability – orientierten Lebensweise. Diese Bandbreite des Konsumentenverhaltens entspricht dem Umfang eines Produkt-Portfolios, das in Form konfektionierter Massenware ebenso wie als individuell-handwerkliches Erzeugnis zur Verfügung steht.

Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass es „The Drinks Business“ kürzlich unternommen hat, erstmals eine „Green List“ mit den 50 bedeutendsten Unternehmen aus den Bereichen Wein- und Bierproduktion, Getränkekonzernen und Getränkehandel, Verbänden und Transportunternehmen zu erstellen. Die leitenden Fragen waren dabei: In welchem Ausmaß orientieren sich die Unternehmen an Standards der Ökologie und der Nach-

haltigkeit (die soziale Aspekte miteinschließt)? Und wie gelingt es den Unternehmen, dieses Engagement der Öffentlichkeit zu vermitteln? Wenn allerdings bislang von ökologischen Aspekten in der weltweiten Getränkeindustrie die Rede war, ging es eher um die Einführung von Mehrwertsystemen und dem Recycling von Einwegverpackungsmaterial. Selbst der Naturkork als Verschlussvariante rangierte eher unter den Rubriken Tradition und nachträglicher Reifung des Weines in der Flasche – immerhin der Hauptabsatzmarkt der Korkproduktion.

Doch bei der Erstellung der „Green List“ hatte sich für die Autorin Jane Parkinson gezeigt, dass in der Getränkeindustrie die Aspekte der erneuerbaren Energie, der Verringerung des Wasserverbrauchs, der Begrenzung der CO₂-Emissionen und die Bemühungen um ökologisch zuträgliches, gewichtsreduziertes Verpackungsmaterial die wichtigsten Beiträge zu einem schonenden Umgang mit den Umweltressourcen sind. Ihre Rechercheergebnisse bestärkten sie in der Hoffnung, dass aufgrund des auch ökonomisch erfolgreichen Engagements dieser Unternehmen „eine gute Chance dafür besteht, dass solche Aktivitäten bald zur normalen Praxis in der Industrie werden“.

CORTICEIRA AMORIM AUF PLATZ 25 DER WELTWEITEN GREEN LIST

Mit der Platzierung des Weltmarktführers in der Korkproduktion, Corticeira Amorim, auf Platz 25 der Liste ist dabei nicht nur der Produzent der ältesten Verschluss-technik, sondern zugleich auch ein Exponent einer ökologisch ausgerichteten Unternehmenskultur gewürdigt worden. Amorim ist überdies das erste Rohstoffe verarbeitende und auf Flaschenverschlüsse konzentrierte Unternehmen, das sich an den FSC-Vorgaben einer sozial- und umweltverträglichen Waldwirtschaft orientiert: Das 1993 kurz nach der Rio-Konferenz gegründete und heute in Bonn ansässige „Forest Stewardship Council“ wird als gemeinnützige Organisation von zahlreichen Umweltorganisationen und Sozialverbänden unterstützt. Das internationale FSC-Garantisiegel basiert dabei nicht zuletzt auf einer transparenten Unternehmenspolitik – ein immer bedeutender werdender Trend, dem Corticeira Amorim vor zwei Jahren mit der

„Drinks Business“ – die bedeutendste europäische Fachzeitschrift für den Getränkehandel – hat Amorim als den weltweit führenden Korkhersteller in die „Green List“ aufgenommen (Foto: Amorim)



„Naturkorkverschlüsse vereinen Prestige, Ökologie und Nachhaltigkeit. Und das Potenzial dieses Werk – und Wertstoffes ist noch bei Weitem nicht ausgeschöpft“

Gert Reis, Geschäftsführer
Amorim Cork Deutschland, Bingen

„The Drinks Business“ – die bedeutendste europäische Fachzeitschrift für den Getränkehandel hat Amorim als den weltweit führenden Korkhersteller kürzlich in die „Green List“ aufgenommen. Welche Bedeutung hat diese erfreuliche Berücksichtigung für Sie und Ihr Unternehmen?

Gert Reis: Die einzigartigen Vorteile von Naturkork in den Bereichen Nachhaltigkeit, Ökologie, und Lebenszyklus werden durch die Aufnahme in die Top 50-Liste deutlich unterstrichen. Da diese Themen für die Gesellschaft immer mehr in den Fokus rücken, können wir so die Vorteile von Naturkorken im Vergleich zu Alternativverschlüssen deutlich machen. Für uns von Amorim bedeutet die Aufnahme in die Green List die Bestätigung, mit unserer Arbeit auf dem richtigen Weg zu sein. Zugleich ist sie ein Ansporn, unsere Bemühungen zu intensivieren.

Amorim ist das weltweit erste Verpackungsunternehmen, das die FSC-Zertifizierung erhalten hat. Welche Beweggründe haben Amorim veranlasst, die Vorgaben des „Forest Stewardship Council“ zu beachten? Sehen Sie eine Signalwirkung für andere Unternehmen und einen Überzeugungseffekt für Konsumenten?

Im Rahmen des Nachhaltigkeitsgedankens war es für uns nur konsequent, die FSC-Zertifizierung anzustreben. Als Weltmarktführer sehen wir eine wichtige Aufgabe darin, neue Maßstäbe zu setzen und die Industrie zum Nachdenken und zum verantwortungsbewussten Handeln zu bewegen. Wir sehen eine FSC-Zertifizierung ganz klar als Wettbewerbsvorteil. Für verantwortungsbewusste Konsumenten ist eine FSC-Zertifizierung nachweislich für einen Kauf mit entscheidend. Eine Signalwirkung lässt sich erkennen – zwischenzeitlich streben immer mehr Mitbewerber eine FSC-Zertifizierung an.

Was unternehmen Sie, um den internationalen Konsumenten die Wertigkeit von Kork als den ökologisch wertvollsten Flaschenverschluss im Wein- und Sektbereich noch deutlicher zu vermitteln?

Unsere zukünftigen Aktivitäten zielen darauf ab, den Dialog mit den wahren Entscheidern des Weinmarktes – den Weinkonsumenten – zu verstärken. Der Naturkork genießt hier, auch heute, ungebrochen die größte Präferenz. In der Vermarktung wäre es sicher ein wichtiger Schritt, dem Konsumenten auf dem Etikett über den verwendeten Verschluss zu informieren. Hier könnte beispielsweise das „Cork-Mark-Logo“ verwendet werden. Die Entwicklung und Verbesserung von Korkrecycling-Systemen ist ein weiterer wichtiger Ansatz, den wir vorantreiben werden.

Die Verschluss technik bei Weinflaschen wird intensiv erforscht, neue Methoden wie Glas-Stöpsel, Schraubverschlüsse und Kronkorken werden am Markt platziert. In welchen Qualitätssegmenten sehen Sie vor dem Hintergrund der sensorischen Verlässlichkeit und der Nachhaltigkeitsaspekte die verschiedenen Varianten der Korkverschlüsse als die adäquate Lösung an?

Naturkorkverschlüsse vereinen Prestige, Ökologie und Nachhaltigkeit. Dank moderner Verfahren, wie beispielsweise Rosa Evolution®, kann Amorim heute sensorisch neutrale Verschlusslösungen von höchstem Niveau anbieten. Und das in allen Preissegmenten und für jeden Bedarf. Wir haben die Herausforderung angenommen und haben die passenden Antworten.

In welchen weiteren Produktbereichen findet Kork auch zukünftig eine ökologisch wie materialtechnisch bedeutsame Anwendung?

Naturkork hat sich längst zu einem Schlüsselprodukt in den Bereichen Bauindustrie, Luft- und Raumfahrt, Automobilindustrie und Mode entwickelt und etabliert. Naturkork wird heute nicht nur aufgrund seiner hohen Funktionalität, sondern auch als optisches Highlight eingesetzt. Beispiele dafür sind die Innenausstattung des Mercedes F 700 oder die aktuelle Schuhmode. Ich bin davon überzeugt, dass das Potenzial dieses Werk- und Wertstoffes noch bei Weitem nicht ausgeschöpft ist.

erstmaligen Vorlage eines umfangreichen Nachhaltigkeitsberichtes entsprach. Die in London ansässige Institution „Corporate Register Reporting Awards“ (CRRA) – die weltgrößte Online-Datenbank zur Dokumentation und Prämierung der von Unternehmen erstellten Corporate Responsibility-, Nachhaltigkeits- und Umweltberichte – zählte diesen ersten Nachhaltigkeitsbericht prompt zu den besten in den Kategorien der „Offenheit und Ehrlichkeit“.

AMORIM LEGT SEINEN DRITTEN NACHHALTIGKEITSBERICHT VOR

Aktuell hat Amorim nun seinen dritten Nachhaltigkeitsbericht publiziert. Auf rund 100 Seiten wird darin minutiös aufgelistet, mit welchen Methoden nachhaltige Korkproduktion ermöglicht, welche ökologisch relevanten Initiativen ergriffen und wie erfolgreich erneuerbare Energien zur Deckung des Energiebedarfs eingesetzt werden können. Initiativen wie Kork-Recyclingprogramme, neue Werbeideen für den Erhalt der Korkeichenwälder, aber auch Verbesserungen des Arbeitsschutzes und neue Wege in der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter sind weitere wichtige Themen (abrufbar unter www.amorim.com/en/cor_sustentabilidade_relatorio.php). Der Bericht verdeutlicht in eindringlicher Weise, dass die nachhaltige Verwendung des natürlichen Rohstoffes Kork einen substantiellen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann. Die unnachahmlichen Eigenschaften des Korks – leicht und schwer entflammbar, nachwachsend, flexibel und maßvoll luftdurchlässig – führen letztlich zu einer ökologischen Überlegenheit gegenüber den Verschlussvarianten aus Aluminium und Kunststoff: Die für Amorim von unabhängiger Seite erstellte Lebenszyklusanalyse (LCA) der genannten Materialien weist für die modernen Varianten eine deutlich schlechtere Ökobilanz aus. Es hat sich gezeigt, dass sich der zunehmend TCA-minimierte Kork von der Herstellung bis zur Entsorgung und Wiederverwendung zu Recht einen Platz in der „Green List“ der globalen Getränkeindustrie erobert hat. Es liegt nun an einer Nachhaltigkeitspolitik auf lokaler wie supranationaler Ebene, am Konsumenten vor Ort wie an der zunehmend ökologische Relevanz gewinnenden Europäischen Union, für den Bestand der Korkeichenwälder und den Einsatz dieses einzigartigen, Natur und Kultur, Tradition und Zukunftsfähigkeit verbindenden Produktes zu werben. (mw)



Fragen zu diesem Beitrag beantwortet
Gert Reis, Amorim Cork Deutschland
GmbH & Co. KG, Tel. 06721 9175-0,
g.reis@amorim-cork.de
www.amorim-cork.de