



29.09.2021 - 10:10 Uhr

Semi-industrieller Test auf Verpackungen startet in Kopenhagen im Rahmen der Initiative Digitale Wasserzeichen "HolyGrail 2.0"



LOOKS LIKE THIS

PERFORMS LIKE THIS

Schwalbach am Taunus (ots) -

Erster Praxistest für eine effizientere Sortierung von Verpackungsabfällen / Procter & Gamble bereitet sich mit über 100 Produkten für den nationalen Testmarkt in Deutschland vor

Bei der industrieübergreifenden Initiative "HolyGrail 2.0" ist ein wichtiger Meilenstein für Innovation im Recyclingprozess erreicht: Im Oktober startet ein breitangelegter Praxistest mit zahlreichen Marken, die auf ihren Produktverpackungen "digitale Wasserzeichen" verwenden. Der Europäische Markenverband (AIM) und die Alliance to End Plastic Waste haben eine Partnerschaft angekündigt, um die nächste Entwicklungsstufe der Innovationsinitiative "HolyGrail 2.0" zur Optimierung der Abfallsortierung voranzutreiben. Der Praxistest der neuen Technologie auf den Verpackungen wird in Partnerschaft mit der Stadt Kopenhagen durchgeführt. Aus der sogenannten "semi-industriellen Testphase" des Pilotprojekts erwarten die Entwicklerinnen und Entwickler zusätzliche Erkenntnisse, um eine präzise Identifizierung und effiziente Sortierung von Kunststoffverpackungsabfällen mit Hilfe "digitaler Wasserzeichen" im Alltag zu verankern und so den Sortier- und Recyclingprozess von Kunststoffverpackungen zu revolutionieren.

P&G ist von der hohen Leistungsfähigkeit "digitaler Wasserzeichen" überzeugt und hat daher im Jahr 2016 in Zusammenarbeit mit der Ellen MacArthur Foundation das Projekt "HolyGrail" als Teil der New Plastics Economy ins Leben gerufen. Das Innovationsprojekt wurde bis 2019 von P&G geleitet und beinhaltete unterschiedliche Analysen und Ansätze zur verbesserten Sortierung u.a. durch chemische Marker und "digitale Wasserzeichen". Im Zuge der Ausweitung und Konkretisierung des Projekts auf breiterer Ebene wurde das Engagement im Jahr 2020 in das Projekt "HolyGrail 2.0" überführt, das sich ausschließlich auf "digitale Wasserzeichen" für eine intelligente Sortierung konzentriert und seitdem durch den Europäischen Markenverband (AIM) geleitet wird. Die Alliance to End Plastic Waste unterstützt diese Initiative. Inzwischen sind über 130 Mitgliedsunternehmen und Organisationen aus der gesamten Wertschöpfungskette der Verpackungsindustrie im Projekt "HolyGrail 2.0" engagiert - darunter auch P&G.

Konkret unterstützt P&G den Praxistest der "digitalen Wasserzeichen" mit mehr als 100 Produkten in Europa. Allein in Deutschland nehmen 75 Produkte der Marken Ariel, Lenor, blend-a-med, Pampers, always und Fairy teil.

"Verpackungen mit digitalen Wasserzeichen haben enormes Potenzial, die Sortierung von Verpackungsmüll zu verbessern und ein effizienteres Recycling zu erreichen. Seit der ersten Stunde des Pionierprojekts haben wir auf den Praxistest hingearbeitet. Jetzt ist dieser Meilenstein erreicht und wir sind gespannt, welche neuen Erkenntnis sich unter Alltagsbedingungen beim Recyclingprozess ergeben," führt Gian de Belder, technischer Direktor Verpackungsentwicklung bei Procter & Gamble aus.

Am 19. Oktober und 18. November 2021 organisiert das Amager Resource Centre in Kopenhagen Infoveranstaltungen, die eine virtuelle Besichtigung und Vorführung des Prototyps der Sortiererkennungseinheit umfassen. Interessierte Personen können sich [hier](#) anmelden.

In einer nächsten Stufe des Praxistests der "digitalen Wasserzeichen" - und abhängig von den Erkenntnissen aus Kopenhagen - soll die Erprobung im industriellen Maßstab auf ganz Dänemark, Frankreich und Deutschland ausgeweitet werden. Nach aktuellem Stand der Planung ist dies für die erste Jahreshälfte 2022 geplant.

Über Procter & Gamble

Procter & Gamble (P&G) bietet Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie Always®, Ambi Pur®, Ariel®, Bounty®, Braun®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®, Gillette®, Head&Shoulders®, Lenor®, Olay®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Whisper® und Wick®. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig. Weitere Informationen über P&G und seine Marken finden Sie unter www.pg.com und www.twitter.com/PGDeutschland.

Über AIM - European Brands Association

AIM ist der Europäische Markenverband, der die Markenhersteller in Europa in wichtigen Fragen vertritt, die sich auf ihre Fähigkeit auswirken, ihre Marken zu entwickeln, zu vertreiben und zu vermarkten. Zu den Mitgliedern von AIM gehören 2500 Unternehmen, von KMU bis hin zu multinationalen Konzernen, direkt oder indirekt über ihre korporativen und nationalen Verbandsmitglieder. Weitere Informationen: www.aim.be.

Pressekontakt:

P&G, Sulzbacher Straße 40, 65824 Schwalbach/Ts.

Gabriele Hässig, Geschäftsführerin Kommunikation und Nachhaltigkeit, E-Mail: haessig.g@pg.com

Melanie Fischer, Nachhaltigkeitskommunikation, E-Mail: fischer.mf@pg.com

Medieninhalte

*Digitale Wasserzeichen "HolyGrail" / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/13483
/ Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter
Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.*



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100016354/100878472> abgerufen werden.