

25.01.2022 - 10:03 Uhr

Genuss ohne Neuplastik: PepsiCo führt nachhaltige Verpackungen für alle Snacks in Europa ein

**PEPSICO**

**PEPSICO ARBEITET AN EINER KREISLAUFWIRTSCHAFT FÜR SNACK-VERPACKUNGEN**

**UNSER ZIEL IN EUROPA:**

ERNEUERBARES ODER RECYCELBARES PLASTIK IN UNSEREN SNACK-VERPACKUNGEN BIS **2030**

GESCHÄTZTE REDUKTION DER TREIBHAUSGASE PRO TONNE VERPACKUNGSMATERIAL  
(BEI ZIELERREICHUNG 2030)

**3 VORHABEN, UM DIE KREISLAUFWIRTSCHAFT ZU ERREICHEN:**

**1. RICHTIGES DESIGN: REDUZIERUNG DER MENGE DES VERPACKUNGSMATERIALS UND VERWENDUNG VON MATERIAL, DAS LEICHTER ZU RECYCELN IST**

**2. RICHTIGE INFRASTRUKTUR: SICHERSTELLEN, DASS MEHR FLEXIBLE VERPACKUNGEN GESAMMELT, SORTIERT UND RECYCELT WERDEN**

**3. RICHTIGES NEUES LEBEN: NACHFRAGE NACH RECYCELTEM MATERIAL FÜR FLEXIBLE VERPACKUNGEN ERHÖHEN, UM DIE NUTZUNG ZU ERHÖHEN**

**ERSTE KUNDENTESTS STARTEN IN FRANKREICH UND GROßBRITANNIEN IN 2022**

**pep+**  
pepsico positive  
planet + people

Neu-Isenburg (ots) -

- Snack-Folien bis 2030 zu 100 Prozent aus recyceltem oder nachhaltigem Plastik
- Umstellung reduziert Treibhausgasemissionen um 40 Prozent
- Verbraucher\*innen testen neue Verpackungen ab diesem Jahr

**PepsiCo treibt die nachhaltige Transformation des Unternehmens weiter voran. Bis zum Jahr 2030 verzichtet das Unternehmen auf die Verwendung von Neuplastik in all seinen Snackverpackungen.[1] Dieses Ziel gilt in der DACH-Region für die Marken Doritos und Lay's. Dafür sollen bei der Herstellung der Verpackungen zukünftig ausschließlich recyceltes oder nachhaltiges Plastik zum Einsatz kommen.**

PepsiCo stellt bei den flexiblen Verpackungen von Snacks und Chips, also beim sogenannten Flexible Packaging, künftig auf Materialien um, die leichter zu recyceln sind. Durch den Einsatz innovativer Technologien passt PepsiCo das Design seiner Verpackungen so an, dass sie größere Anteile an recycelbaren Kunststoffen wie beispielsweise Polypropylen enthalten, also sogenannte Monomaterialien. PepsiCo orientiert sich dabei an den Richtlinien für recyclinggerechtes Design, die die Circular Economy for Flexible Packaging (CEFLEX) entwickelt hat.

"Wir arbeiten an einer Zukunft, in der flexible Verpackungen Teil der Kreislaufwirtschaft sind. Gemeinsam mit PepsiCo haben wir die Materialtechnologien der neuen Snack-Verpackungen so verbessert, dass sie sich leichter recyceln lassen. Und wir beginnen damit, nachhaltige und recycelte Materialien in die Verpackungen von PepsiCo zu integrieren. Um den Anforderungen von Kunden wie PepsiCo gerecht zu werden, ermutigen wir auch unsere vorgelagerten Partner, in die Lieferkette dieser neuen Materialien zu investieren", sagt **Gerald Rebitzer, Sustainability Director bei AMCO**, dem europäischen Partner von PepsiCo im Bereich flexibler Verpackungen.

PepsiCo verwendet flexiblen Kunststoff für die Verpackungen seiner Snacks. Im Vergleich zu anderen Verpackungsformen sind diese besonders leicht und haben daher einen geringen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck. Notwendig ist es aus Sicht von PepsiCo jedoch die Menge an Neuplastik generell zu reduzieren und die Kreislauffähigkeit flexibler Verpackungen zu stärken. Dafür setzt das Unternehmen mit dem "Making Bags Better"-Programm auf verschiedene Investitionen und Innovationen.

Bis 2030 will PepsiCo den Anteil der Neukunststoffe in seinen Verpackungen pro Portion halbieren. Dafür reduziert das Unternehmen bei seinen Produkten den Einsatz unnötiger Verpackungen. In Märkten wie Großbritannien ist es PepsiCo bereits gelungen, bei einigen Teilen seines Sortiments die Menge des Materials um bis zu 30 Prozent zu verringern, das für die Außenverpackung von Multipacks benötigt wird. Um bis 2030 auch komplett auf den Einsatz von Neuplastik in seinen Snack- und Chipstüten verzichten zu können, stellt PepsiCo seine Verpackungen auf zu 100-Prozent-recycelte oder nachhaltige Materialien um.

In diesem Jahr haben Verbraucher\*innen erstmals Gelegenheit diese neuen Verpackungen in verschiedenen europäischen Märkten

zu testen. In Frankreich gilt das für Lay's Verpackungen, die aus pflanzlichen Abfallprodukten wie Speiseöl oder Altpapier hergestellt worden sind. In Großbritannien testet PepsiCo mit der Marke Walker's Verpackungen aus vollständig recyceltem Material. Durch die Umstellung auf Verpackungsmaterialien, die ohne den Einsatz fossiler Ressourcen auskommen, lassen sich nach Schätzungen von PepsiCo die Treibhausgasemission pro Tonne um bis zu 40 Prozent<sup>[i]</sup> senken.

"Das Recycling von Flexible Packaging sollte in ganz Europa die Norm sein. Wir sehen eine Zukunft, in der unsere Tüten frei von fossilem Neuplastik sind. Sie werden Teil einer Kreislaufwirtschaft sein, in der flexible Verpackungen wertvoll sind und sich für die Herstellung einer neuen Verpackung recyceln lassen. Wir investieren gemeinsam mit unseren Partnern in den Aufbau der technologischen Kapazitäten, um das zu leisten. Wir brauchen jetzt angemessene regulatorische Vorgaben der Politik, damit Verpackungen niemals zu Abfall werden", sagt **Silviu Popovici, Chief Executive Officer von PepsiCo in Europa**.

Das Ziel von PepsiCo ist es, eine Kreislauffähigkeit für die Tüten und Verpackungen zu etablieren. Daher konzentriert sich Unternehmen darauf, die Nachfrage nach Recycling-Material zu stärken, das aus Snack-Verpackungen besteht. Daneben prüft das Unternehmen auch, inwieweit sich die Verpackungen in Kunststoffgranulate umwandeln lassen, um sie beispielsweise für die Herstellung von Komponenten in der Automobilindustrie zu nutzen.

PepsiCo Europe setzt sich dafür ein, dass europaweit ehrgeizige Recyclingziele für flexible Kunststoffverpackungen festgelegt werden. Außerdem macht sich das Unternehmen für die Ausweitung von Deponieverboten stark sowie die rasche Einführung von EPR-Gebühren (Erweiterte Herstellerverantwortung) in ganz Europa, um so das Sammeln, Sortieren und Recycling flexibler Folien und letztlich die Entwicklung einer Kreislaufwirtschaft für flexible Kunststoffe voranzutreiben. PepsiCo investiert zudem in Technologien, die das Sortieren und Recyceln weiter verbessern sollen und testet mit mehreren seiner Marken bis 2022 im Rahmen des [Holy Grail 2.0, einem Konsortium für digitale Wasserzeichen](#), den Einsatz von Smart Packaging in Deutschland und Frankreich.

Die heutige Ankündigung ist der jüngste Schritt in den ehrgeizigen Plänen des Unternehmens, eine Welt zu schaffen, in der Verpackungen niemals zu Abfall werden. Zuvor hatte das Unternehmen bereits seine [Nachhaltigkeitsstrategie PepsiCo Positive](#) mit ehrgeizigen Zielen der Plastikreduktion vorgestellt.

"Durch Zusammenarbeit und Innovation können wir einen Weg zu einer praktikablen Kreislaufwirtschaft für unsere Lebensmittelverpackungen in Europa finden", erklärte **Archana Jagannathan, Senior Director, Sustainable Packaging, PepsiCo Europe**. "Heute ist das Angebot an recycelten und nachhaltigen Materialien für flexible Verpackungen begrenzt. Das regulatorische Umfeld ist sehr dynamisch und wir brauchen mehr Klarheit über die Politik und anerkannte Technologien. Wenn die politischen Weichenstellungen der Abfallinfrastruktur sich für flexible Verpackungen ähnlich entwickeln wie bei Getränkeflaschen, werden wir unsere Pläne beschleunigen und unsere Ziele noch schneller erreichen."

[i] Die Zielsetzung gilt für das gesamte Snack-Portfolio von PepsiCo in Europa mit Ausnahme von Duyvis-Nüssen.

[ii] Basierend auf einer von Franklin Associates, A Division of ERG, erstellten Lebenszyklusbewertung, die auf einer Cut-Off-Methode, einer Mischung aus von Lieferanten und der Industrie bereitgestellten Daten und einem geschätzten End-of-Life-Szenario für 2030 beruht. Diese Bewertung umfasst Gutschriften für die Speicherung von CO<sub>2</sub>, Gutschriften für die Stromerzeugung aus Abfall zur Energiegewinnung und Gutschriften für das vermiedene Altlasten-Management.

\* \* \*

## Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren.

PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein - durch "Winning with Purpose". "Winning with Purpose" steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com) und [www.pepsico.de](http://www.pepsico.de).

Pressekontakt:

Adriana Cerami  
Leiterin Unternehmenskommunikation D/A/CH  
PepsiCo Deutschland GmbH  
Hugenottenallee 173  
63263 Neu-Isenburg  
Telefon: +49 152 546 169 80  
E-Mail: [adriana.cerami@pepsico.com](mailto:adriana.cerami@pepsico.com)

Medieninhalte



Genuss ohne Neuplastik: PepsiCo führt nachhaltige Verpackungen für alle Snacks in Europa ein - Snack-Folien bis 2030 zu 100 Prozent aus recyceltem oder nachhaltigem Plastik - Umstellung reduziert Treibhausgasemissionen um 40 Prozent - Verbraucher\*innen testen neue Verpackungen ab diesem Jahr / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/58045](http://www.presseportal.de/nr/58045) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Genuss ohne Neuplastik: PepsiCo führt nachhaltige Verpackungen für alle Snacks in Europa ein - Snack-Folien bis 2030 zu 100 Prozent aus recyceltem oder nachhaltigem Plastik - Umstellung reduziert Treibhausgasemissionen um 40 Prozent - Verbraucher\*innen testen neue Verpackungen ab diesem Jahr / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/58045](http://www.presseportal.de/nr/58045) / 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/100010595/100884351> abgerufen werden.