

REPORT FÜR LEBENSMITTELHANDEL UND E-COMMERCE

Zukunftsfähig verpackt

Nachhaltige Lösungen für den steirischen Handel



(c)Freepik.com

Nachhaltige Verpackung und stabile Lieferketten sind kein Randthema mehr. Sie betreffen unmittelbar Kosten, Versorgungssicherheit, Kundenerwartungen und regulatorische Pflichten. Wer heute keine Entscheidungen trifft, läuft morgen rechtlichen Vorgaben und Marktentwicklungen nach. Wer frühzeitig handelt, verschafft sich langfristige Vorteile.

Dieser Report übersetzt die wichtigsten Entwicklungen in konkrete Orientierung für Handelsbetriebe:

- **Orientierung**
Begriffe, rechtliche Entwicklungen und Zielkonflikte verständlich einordnen
- **Entscheidungshilfe**
Verpackungs- und Lieferkettenfragen aus Produkt-, Kosten-, Risiko- und Nachhaltigkeitsperspektive betrachten
- **Umsetzung**
Erste Schritte, wirkungsvolle Maßnahmen und Fragen für die interne Prüfung bereitstellen

Inhalt

1. Hintergrund und Ziel des Reports

S. 1

Von der Branche entwickelt für den betrieblichen Alltag

Warum das Thema jetzt relevant ist

Schnelleinstieg: Wo liegt Ihr aktueller Schwerpunkt?

2. Nachhaltige Verpackung: richtig entscheiden

S. 3

Vom Materialwechsel zum systematischen Entscheidungsprozess

Ebenen der Entscheidungen

Hartnäckige Mythen vs. Faktenlage

3. Nachhaltige Lieferketten: Transparenz schafft Resilienz

S. 5

Mit Lieferkettenmanagement zum Wettbewerbsvorteil

Lieferantenstufen verstehen und Risiken bewerten

Das 6-Schritte-Modell für nachhaltiges Lieferkettenmanagement

4. Regulatorik kompakt: worauf Betriebe jetzt achten müssen

S. 7

Welche Themen Handelsbetriebe frühzeitig prüfen sollten

Die neue EU-Verpackungsverordnung (PPWR)

Ökodesign für nachhaltige Produkte (ESPR)

Nachweispflichten einhalten – EmpCo, CSRD, EUDR und CSDDD

5. Wie Betriebe weiterarbeiten können

S.10

Vom Report zur Umsetzung: klein starten und systematisch lernen

Selbstcheck: Lücken identifizieren

Liste wirkungsvoller Maßnahmen

Anlaufstellen, Kooperationen und weiterführende Informationen

1. Hintergrund und Ziel des Reports

Von der Branche entwickelt für den betrieblichen Alltag

Der Handel steht an einer besonderen Schnittstelle: zwischen Produzent:innen, Lieferant:innen, Logistik, Konsument:innen und Entsorgungssystemen. Nachhaltige Verpackung und transparente Lieferketten sind dort keine abstrakten Zukunftsthemen — sie betreffen Kosten, Versorgungssicherheit, regulatorische Pflichten und Kundenerwartungen unmittelbar. Wer sie nicht nur als Pflicht, sondern als Hebel begreift, kann damit Kosten senken, Prozesse verbessern und sich im Wettbewerb differenzieren.

Dass in der Erarbeitung des Positionspapiers Nachhaltigkeit der Wirtschaftskammer Steiermark Themen rund um Verpackung und Lieferkette als zentraler Unterstützungsbedarf der Sparte Handel sichtbar wurden, überrascht daher nicht.¹ Dieser Report ist das Ergebnis aus einem spartenweiten Workshop im World-Café-Format, Expert:innenvorträgen und vertiefenden Interviews mit Fachleuten aus Verpackung, Recycling und Lieferkettenmanagement, begleitet durch Schönberg Consulting. Er richtet sich vor allem an Handelsbetriebe im Lebensmittelhandel und E-Commerce — und an alle, die in ihrem Betrieb Verantwortung für Einkauf, Logistik, Produktmanagement oder Nachhaltigkeit tragen.

„Handelsbetriebe, die externe Veränderungen als Anregungen für innovative Weiterentwicklung auffassen, gestalten ihren Geschäftserfolg aktiv. Dieser Report ist eine Einladung dazu.“

Helmut Zaponig, Wirtschaftskammer Steiermark, Spartengeschäftsführer Handel

Warum das Thema jetzt relevant ist

Verpackung und Lieferketten stehen im Handel aktuell von mehreren Seiten gleichzeitig unter Druck: Neue gesetzliche Anforderungen, steigende Kosten, veränderte Kundenerwartungen und zunehmende Volatilität fordern strategische Planung und konkrete Umsetzungsschritte.



¹ Wirtschaftskammer Steiermark, Sparte Handel (2025): Positionspapier zur Nachhaltigkeit

Gesellschaftlich steigt die Erwartung, dass Unternehmen ihre Verantwortung glaubwürdig wahrnehmen. Kund:innen achten zunehmend kritisch darauf, ob Verpackung, Produktversprechen und Unternehmenskommunikation zusammenpassen² und Regulatorik untersagt Greenwashing: Pauschale Aussagen wie „umweltfreundlich“, „nachhaltig“ oder „klimaneutral“ sind künftig nur zulässig, wenn sie belegbar, präzise und nicht irreführend sind (siehe Kapitel 5).

Auch wirtschaftlich nicht zu unterschätzen: Gute Verpackungs- und Lieferkettenentscheidungen können Kosten senken, Vertrauen stärken und Wettbewerbsvorteile schaffen. Gezielte Maßnahmen bei Verpackungen senken Transportkosten, Material- und Prozesskosten, können Retouren und Produktschäden vermeiden. Nachhaltige Lieferketten schaffen messbare Effizienzpotenziale, von reduzierten Lebensmittelverlusten über Logistikoptimierung bis zu niedrigeren Verpackungskosten.³ Fehlentscheidungen hingegen erzeugen Folgekosten durch Bruch, Verderb, unnötigen Materialeinsatz, höhere Transportkosten oder unglaubwürdige Kommunikation.

Themenfelder mit besonderer Relevanz

Lebensmittelhandel



Verpackung entscheidet hier über Hygiene, Haltbarkeit, Frische und Produktschutz. Fehlentscheidungen führen zu Verderb, Lebensmittelverlust und Vertrauensschäden bei Kund:innen. Gleichzeitig ist die Produktverpackung oft der erste Kontaktpunkt mit dem Produkt und hat somit Einfluss auf den Verkauf. Rund 40% der Kaufentscheidungen werden durch die Verpackung beeinflusst.

E-Commerce



Die Last-Mile-Logistik ist der kosten- und umweltintensivste Teil der Lieferkette mit einem Kostenanteil von bis zu 50% der gesamten Logistikkosten. Verpackungsentscheidungen haben dort direkten Einfluss auf Kosten, Schadenquoten und Kund:innenwahrnehmung. Sie betreffen unter anderem Versandvolumen, Leerraum, Füllmaterialien, Transportschutz und Retourenmanagement.

4

Die zentrale Frage lautet daher nicht: Welche Verpackung ist pauschal nachhaltig?
Sondern: Welche Lösung ist für dieses Produkt, diesen Vertriebsweg und diese Lieferkette funktional, rechtssicher, wirtschaftlich und ökologisch sinnvoll?

Schnelleinstieg: Wo liegt Ihr aktueller Schwerpunkt?

Dieser Report kann linear gelesen werden, ist aber vor allem als Orientierungshilfe für konkrete betriebliche Fragestellungen gedacht. Wer einen konkreten Ausgangspunkt hat, findet hier den direkten Einstieg.

Ausgangsfrage	relevante Kapitel
Unsere Verpackungen enthalten viel Luft oder überdimensionierte Formate.	Kapitel 2, Kapitel 5
Wir wissen nicht, ob unsere Verpackung recyclingfähig ist.	Kapitel 2, Kapitel 4
Unsere Lieferanteninformationen sind lückenhaft oder unvollständig.	Kapitel 3
Unsere Kund:innen fragen nach Nachhaltigkeit aber wir sind unsicher, was wir kommunizieren können.	Kapitel 4, Kapitel 5
Wir wollen verstehen, welche gesetzlichen Anforderungen auf uns zukommen.	Kapitel 4

² Packaging Journal (2023): Verbraucher streben nach Nachhaltigkeit — Studie mit 5.000 Verbraucher:innen. 55% der Befragten sind besorgt über Umweltauswirkungen von Kunststoffverpackungen; 72% geben eine erhöhte Zahlungsbereitschaft für nachhaltigere Alternativen an (+10%).

³ McKinsey Food Retail Sustainability (2023), Nielsen Premium Pricing Study (2023), Deloitte Sustainable Retail Report (2023), PWC Voice of the Consumer Survey (2024), IBM Consumers Driving Change (2020), NYU Stern Center (2023).

⁴ Escudero-Santana et al. (2022): Improving E-Commerce Distribution through Last-Mile Logistics with Multiple Possibilities of Deliveries Based on Time and Location. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 17(2), 507–521.

2. Nachhaltige Verpackung: richtig entscheiden

Vom Materialwechsel zum systematischen Entscheidungsprozess

Verpackungen erfüllen wesentliche Funktionen: Sie schützen Produkte, ermöglichen Transport und Lagerung, sichern Hygiene und Haltbarkeit, informieren Kund:innen und prägen die Wahrnehmung einer Marke. Gleichzeitig stehen sie zunehmend im Zentrum öffentlicher, regulatorischer und unternehmerischer Debatten. Kunststoffabfälle, überdimensionierte Verpackungen, schwer recycelbare Verbundmaterialien und intransparente Lieferketten erhöhen den Handlungsdruck auf Handelsbetriebe.

Was dabei oft unterschätzt wird: Verpackungsentscheidungen haben weitreichende Konsequenzen — weit über die Materialwahl hinaus. Studien zeigen, dass Designentscheidungen bis zu 80% der späteren Umweltwirkung einer Verpackung bestimmen.⁵ Wer Nachhaltigkeit erst am Ende des Produktentwicklungs- oder Einkaufsprozesses berücksichtigt, hat den größten Hebel bereits vergeben.

„Ein nachhaltiges Produkt sollte auch in der Verpackung glaubwürdig auftreten. Gleichzeitig muss man genau unterscheiden, was im jeweiligen Anwendungsfall tatsächlich nachhaltig ist.“

Maximilian Schmierdorfer, Teilnehmer im Auftaktworkshop, SMV Packaging GmbH

Ebenen der Entscheidungen

Nachhaltigkeit bei Verpackungen wird häufig verkürzt diskutiert: Papier statt Kunststoff, Mehrweg statt Einweg, biobasiert statt fossil. Diese Vereinfachung hilft im Betriebsalltag nur begrenzt. Eine ökologisch gut gemeinte Lösung kann problematisch werden, wenn sie Lebensmittelverluste erhöht, mehr Transportvolumen erzeugt oder nicht sauber recycelbar ist.⁶ Eine nachhaltige Lösung muss daher auf Ebene des Produkts, des Vertriebswegs und Entsorgungssystem gedacht, funktional, rechtssicher und ökologisch sinnvoll sein.



⁵ Zhu, Z., Liu, W., Ye, S., & Batista, L. (2022): Packaging design for the circular economy: A systematic review. Sustainable Production and Consumption, 32, 817–832.

⁶ UNEP (2023): Food Packaging and Sustainability — Consumer Confusion and Responsibility. UN Environment Programme / Life Cycle Initiative.

Hartnäckige Mythen vs. Faktenlage ⁷

MYTHOS „Plastik ist immer schlecht.“

HINTERGRUND

Kunststoff steht symbolisch für Wegwerfkultur und Umweltverschmutzung. Die ökologischen Kosten der Kunststoffproduktion — fossile Rohstoffe, CO₂-Emissionen, Mikroplastik — sind real und gut belegt. Diese berechnete Kritik führt jedoch häufig zur Pauschalannahme, dass jede Kunststoffverpackung per se schlechter ist als jede Alternative.



REALITÄT

Gut gestaltete, leichte Monomaterial-Kunststoffverpackungen können funktional und recyclingfähig sein und in ihrer Gesamtbilanz besser abschneiden als schwerere Alternativen. Eine leichte Schrumpffolie um eine Gurke schützt das Produkt bei minimalem Materialeinsatz und kann eine dreifach längere Haltbarkeit ermöglichen — was Lebensmittelverluste und damit verbundene Umweltkosten deutlich reduziert. Entscheidend ist nicht das Material allein, sondern die Gesamtwirkung über den Lebenszyklus: von Herstellung über Transport und Nutzung bis zur Verwertung.

KONZEPT

Lebenszyklusanalyse (LCA)

Monomaterial

MYTHOS „Papier ist automatisch nachhaltiger.“

HINTERGRUND

86% der europäischen Konsument:innen bevorzugen Kartonverpackungen. Papier wird als natürlich, recyclebar und umweltfreundlich wahrgenommen. Ein Image, das durch viele Marketingkampagnen aktiv verstärkt wurde. Dieses Konsumentenvertrauen ist ein wichtiger Treiber für die sogenannte „Paperization“: die branchenweite Umstellung von Kunststoff- auf Papierverpackungen.



REALITÄT

Viele Papierverpackungen benötigen für Lebensmittelanwendungen Kunststoffbeschichtungen oder Verbundmaterialien, um Feuchtigkeit, Fett oder Sauerstoff abzuhalten. Das Ergebnis sind Materialverbunde, die in Sortieranlagen schwer zu trennen und kaum hoch-wertig recycelbar sind. Ein Papier-Kunststoff-Verbund mit Barrierebeschichtung erreicht in der Sortieranlage eine Faserausbeute von rund 50% - ein recyclingfähiges Barrierepapier ohne Extrusionsbeschichtung hingegen 95-99%. Die Paperization — also die gut gemeinte, aber unzureichend durchdachte Papierumstellung — kann damit ökologisch schlechtere Ergebnisse liefern als die ursprüngliche Lösung.

KONZEPT

Paperization

Verbundmaterial

Faserausbeute

MYTHOS „Mehrweg ist immer besser.“

HINTERGRUND

Mehrwegverpackungen gelten als Symbol für Kreislaufwirtschaft: Verpackungen werden wiederverwendet statt weggeworfen. Das ist grundsätzlich richtig, aber nur unter der Voraussetzung, dass Rücklaufquoten, Reinigungsaufwand und Logistik stimmen. Der ökologische Vorteil entsteht erst nach einer bestimmten Anzahl an Nutzungszyklen. Diese Schwelle wird in der Praxis häufig nicht erreicht.



REALITÄT

Mehrweg ist kein universelles Allheilmittel.

Beispiel: Eine konventionelle Baumwolltasche muss je nach Baumwollart rund 50 bis 100 Mal wiederverwendet werden, um beim Klimaeffekt mit einer Einwegplastiktüte gleichzuziehen — bezogen auf alle Umweltindikatoren sogar bis zu 7.100 Mal. Ähnliche Abwägungen gelten für Mehrwegverpackungen im Lebensmittelhandel: Glasflaschen mit langen Rücktransportwegen können in der CO₂-Bilanz schlechter abschneiden als leichte Einwegalternativen. Mehrweg funktioniert ökologisch nur bei ausreichend hohen Rücklaufquoten, effizienter Reinigung und sinnvollen Transportwegen.

KONZEPT

Lebenszyklusanalyse (LCA)

Rücklaufquote

Nutzungszyklen

⁷ Siehe: *Mythos 1*: Zhu, Z.; Liu, W.; Ye, S.; Batista, L. (2022): Packaging design for the circular economy: A systematic review. Sustainable Production and Consumption 32, 817–832. Yadav, K.; Nikalje, G. C. (2024): Comprehensive analysis of bioplastics: life cycle assessment, waste management, biodiversity impact, and sustainable mitigation strategies. PeerJ, DOI 10.7717/peerj.18013; Wohner, B. et al. (2022): To Wrap Or to Not Wrap Cucumbers? Frontiers in Sustainable Food Systems, Bd. 6. *Mythos 2*: Simoens, M. C. (2024): Unpacking pathways to a circular economy: A study of packaging innovations in Germany. Sustainable Production and Consumption 47, 267–277. & Packaging Journal (2023): Verbraucher streben nach Nachhaltigkeit — Studie mit 5.000 Verbraucher:innen; interpack Magazin: Nachhaltige Beschichtungen für Verpackungspapiere; Umweltbundesamt (2024): Praxis der Sortierung und Verwertung von Verpackungen im Sinne des § 21 VerpackG 2022/2023. *Mythos 3*: Danish Environmental Protection Agency (2018): Life Cycle Assessment of grocery carrier bags. Environmental Project No. 1985. 17-19. Zhu, Z. Liu, W.; Ye, S.; Batista, L. (2022): Packaging design for the circular economy: A systematic review. Sustainable Production and Consumption 32, 817–832.

3. Nachhaltige Lieferketten: Transparenz schafft Resilienz

Mit Lieferkettenmanagement zum Wettbewerbsvorteil

Spätestens seit der COVID-Krise ist klar: Lieferketten sind auch in KMU kein rein operatives Thema mehr. Unterbrechungen, Rohstoffknappheit und geopolitische Verwerfungen haben gezeigt, dass fehlende Transparenz in der Lieferkette direkt auf Versorgungssicherheit, Kosten und Marktposition durchschlägt. Wer seine Lieferkette kennt, kann Risiken frühzeitig erkennen, Abhängigkeiten reduzieren und Chancen für nachhaltigere und wettbewerbsfähige Strukturen nutzen.

Viele Risiken entstehen nicht bei den direkten Lieferanten, sondern in vorgelagerten Stufen der Lieferkette: bei Rohstoffen, Vorprodukten, Verpackungsmaterialien, Energie, Transport und arbeitsintensiven Prozessschritten. Gleichzeitig liegen dort auch die größten Hebel für wirtschaftliche Effizienz, ökologische Verbesserung und soziale Verantwortung.

„Nur 20% der Unternehmen haben Sichtbarkeit über Tier 2 hinaus — aber genau dort entstehen die meisten Risiken und Nachhaltigkeitsauswirkungen. Man muss nicht alle Lieferanten gleichzeitig prüfen. Einfach dort beginnen, wo Risiko und Bedeutung am höchsten sind.“*

Lydia Schwarhofer, Lieferkettenexpertin & Vortragende im Auftaktworkshop, inloop GmbH

Lieferantenstufen verstehen und Risiken bewerten

Ihre Direktlieferanten (Tier 1) kennen die meisten Unternehmen. Die vorgelagerten Lieferantenstufen wie Verarbeitung, Zutaten, Rohstoffursprung (Tier 2 bis Tier N) bleiben oft unsichtbar. Mit jeder weiteren Ebene steigen Komplexität und Risiko, während Transparenz abnimmt.⁸

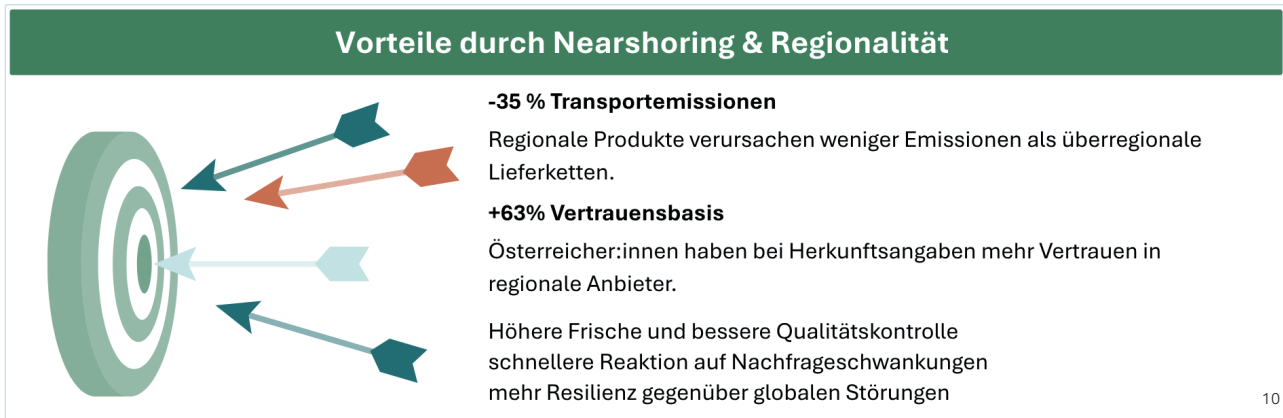
Einordnung von Lieferantenstufen nach Sichtbarkeit & Risiken			
Lieferantenstufe	Beschreibung	Typische Risiken	Sichtbarkeit
Tier 1 Direktlieferanten (5-10)	Produzenten, Lieferanten, Großhändler	Lieferausfälle, Qualitätsmängel, Preisschwankungen, Reputationsrisiken	Hoch
Tier 2 & 3 Verarbeitung & Zutaten (20-50)	Verarbeiter, Zutatenlieferanten, Verpackungshersteller	Regulatorisches Risiko, Rohstoffpreisvolatilität, Sozial- und Umweltstandards	Gering
Tier N Rohstoffe & Ursprung (50-100+)	Rohstofflieferanten, Landwirtschaft, Bergbau, Energieerzeuger	Klimabedingte Ernteaufälle, geopolitische Abhängigkeiten, Menschenrechtsprobleme	Sehr gering

Ein konkretes Beispiel macht die Komplexität greifbar: Hinter einer einzigen Tafel Schokolade stehen Kakaobohnen aus Westafrika, Zucker aus der EU, Emulgatoren aus Asien, eine Verpackung aus Polen und die Logistik in Österreich. Jede Stufe bringt eigene Risiken mit sich, doch bleiben die meisten davon im betrieblichen Alltag unsichtbar.

⁸ MIT Center for Transportation & Logistics, OECD Responsible Business Conduct in Food Supply Chains

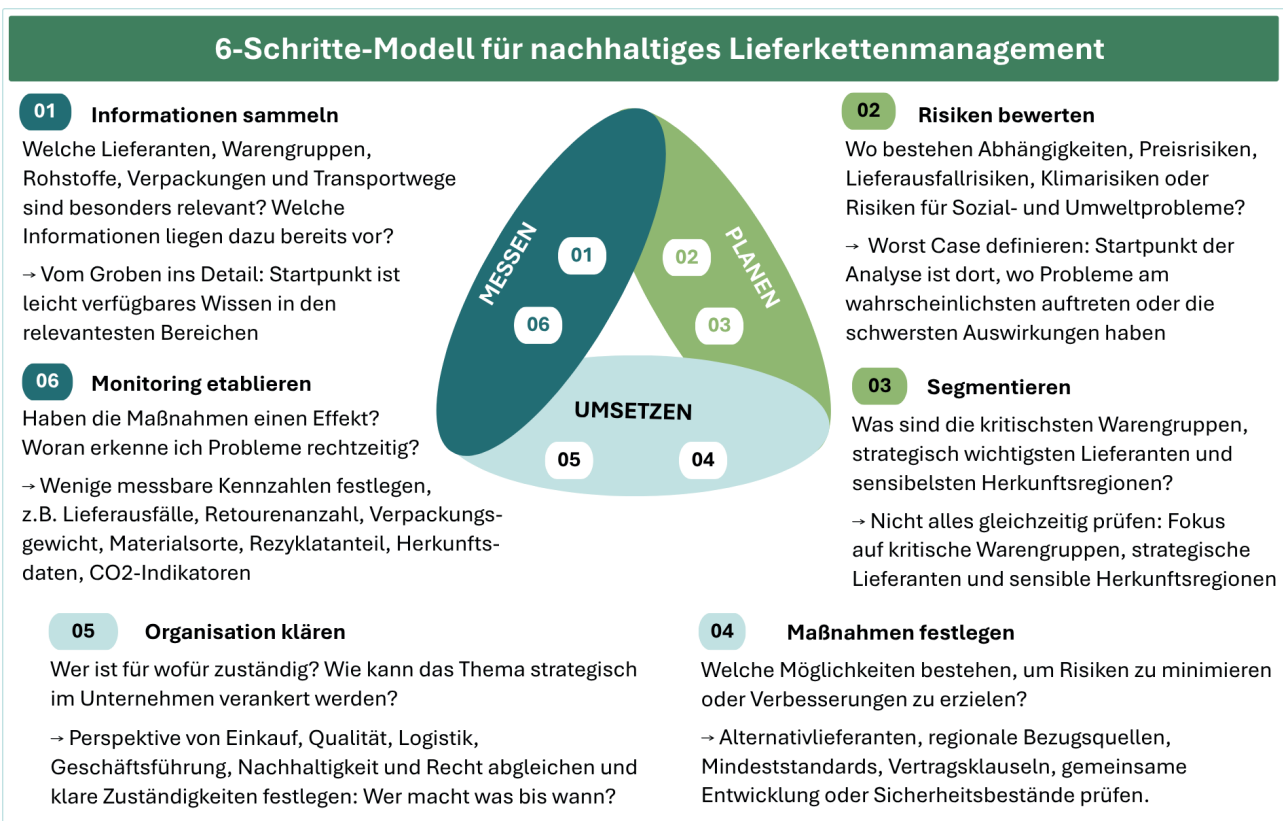
* Tier 1–N bezeichnet die verschiedenen Stufen der Lieferkette – von den direkten Lieferanten eines Unternehmens (Tier 1) bis zu allen weiteren vorgelagerten Zulieferern (Tier N).

Regionale Lieferketten⁹ sind daher nicht nur ökologisch vorteilhaft, sondern stärken auch Versorgungssicherheit, Qualitätskontrolle und Kundenbindung. Handelsbetriebe, die auf regionale Bezugsquellen setzen, können schneller auf Nachfrageschwankungen reagieren, reduzieren Transportrisiken und profitieren von einem Vertrauensbonus, den überregionale Anbieter kaum bieten können.



Das 6-Schritte-Modell für nachhaltiges Lieferkettenmanagement

Lieferkettenmanagement ist kein einmaliges Projekt, sondern ein kontinuierlicher Kreislauf. Entscheidend ist ein pragmatischer Einstieg: Transparenz als erstes dort schaffen, wo Risiko und Geschäftsrelevanz am höchsten sind. Das folgende Modell strukturiert die Vorgehensweise in drei schrittweisen Phasen: Messen – Planen – Umsetzen.



⁹ Der Lebensmittelhandel (2025): Regionale Lieferketten

¹⁰ McKinsey Food Retail Sustainability (2023), Nielsen Premium Pricing Study (2023), Deloitte Sustainable Retail Report (2023), PWC Voice of the Consumer Survey (2024), IBM Consumers Driving Change (2020), NYU Stern Center (2023)

4. Regulatorik kompakt: worauf Betriebe jetzt achten müssen

Welche Themen Handelsbetriebe frühzeitig prüfen sollten

Regulatorische Anforderungen entwickeln sich von punktuellen Einzelpflichten zu einer breiteren Logik: Produktverantwortung, Datentransparenz und Kreislauffähigkeit greifen zunehmend ineinander. Für Handelsbetriebe stellen sich zwei grundlegende Fragen: Wie gestalte ich Produkt und Prozess so, dass ich rechtssicher und recyclingfähig aufgestellt bin? Und wie messe und kommuniziere ich das nachvollziehbar nach außen?

Die neue EU-Verpackungsverordnung (PPWR)

Die *Packaging and Packaging Waste Regulation* (kurz: PPWR) setzt einen einheitlichen europäischen Rahmen für Verpackungen und Verpackungsabfälle. Ab 12. August 2026 greifen Anforderungen schrittweise, die Verpackungen vom Ende her denken, d.h. aus Sicht von Sammlung, Sortierung, Recycling, Wiederverwendung inkl. entsprechender Nachweisbarkeit.

Für Handelsbetriebe betrifft das nicht nur Verkaufsverpackungen, sondern das gesamte Verpackungsportfolio, wie Umverpackungen, Versandverpackungen, Transportverpackungen, Füllmaterialien, Etiketten, Folien, Shelf-Ready-Packaging, und Rücknahmesysteme. Besonders bei Eigenmarken und Private-Label-Produkten werden Konformitätsnachweise, Verpackungsdaten und Lieferanteninformationen zunehmend zur eigenen Aufgabe.

„Für den Handel ist es am Ende vielleicht nicht immer formal die eigene Verantwortung, aber sehr wohl ein operatives Problem: Er muss Informationen, Nachweise und Kostenentwicklungen mit seinen Lieferanten klären.“

Jonathan Scheck, Materialexperte & Vortragender im Auftaktworkshop, Interzero Austria GmbH

Die wichtigsten Vorgaben im Überblick:

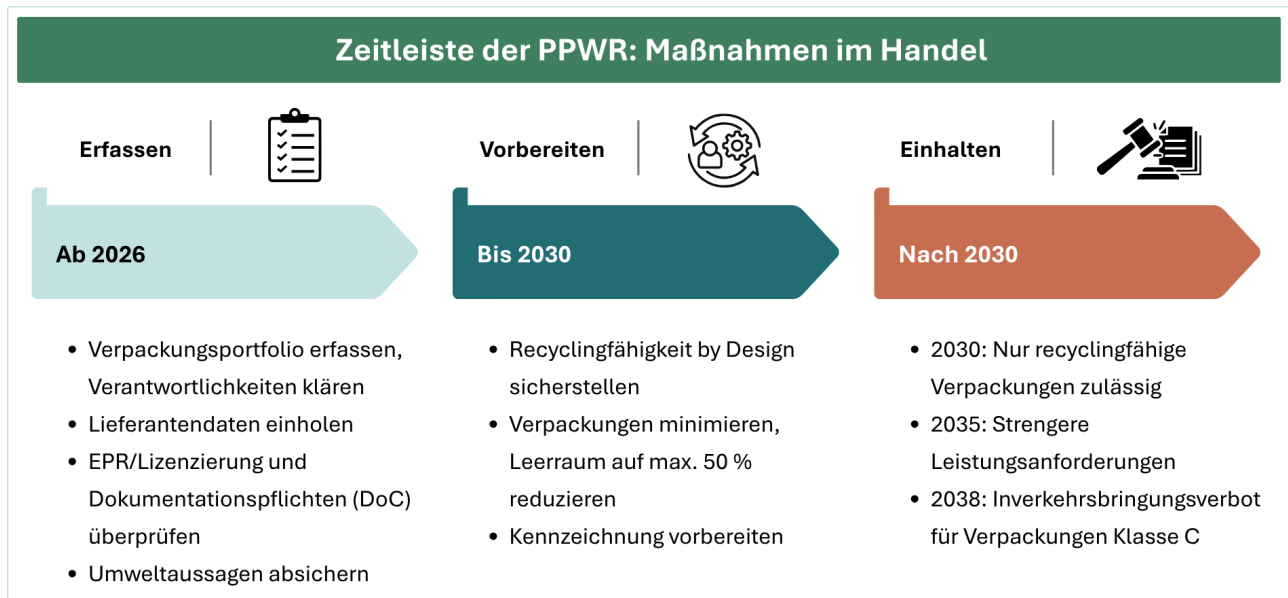
- **Recyclingfähigkeit:** Ab 2030 müssen alle Verpackungen recyclingfähig sein. Recyclingfähigkeit wird in drei Klassen bewertet: Klasse A ($\geq 95\%$), Klasse B ($\geq 80\%$) und Klasse C ($\geq 70\%$).¹¹ Ab 2038 dürfen nur noch Verpackungen der Klassen A und B in Verkehr gebracht werden; für Klasse C gilt dann ein Inverkehrbringungsverbot.
- **Rezyklatanteil:** Kunststoffverpackungen müssen ab 2030 einen Mindest-Rezyklatanteil enthalten.¹²
- **Leerraumanteil:** Ab 2030 darf der Leerraumanteil in Versandverpackungen maximal 50 % betragen.
- **Erweiterte Herstellerverantwortung** (*Extended Producer Responsibility*, kurz: **EPR**): Wer Verpackungen in Verkehr bringt, finanziert Sammlung und Verwertung über Lizenzsysteme. Die Gebühren werden künftig nach Recyclingklasse moduliert — bessere Recyclingfähigkeit bedeutet niedrigere Gebühren.
- **Konformitätserklärung** (*Declaration of Conformity*, kurz: **DoC**): Wer Verpackungen erstmals auf dem Markt platziert, muss eine Konformitätserklärung vorhalten.¹³

¹¹ Recyclingfähigkeit nach PPWR Art. 6, Anhang III. Bewertungsgrundlage ist Design for Recycling (DfR). Klasse C bleibt bis 2038 zulässig, unterliegt aber EPR-Modulation (Gebührenanreizen)

¹² Lebensmittelkontaktverpackungen: Verpackungen, die direkt mit Lebensmitteln in Berührung kommen, unterliegen zusätzlich der Rahmenverordnung (EG) Nr. 1935/2004 sowie der Recycling-Kunststoff-Verordnung (EU) 2022/1616. Rezyklateinsatz ist bei diesen Verpackungen regulatorisch und technisch anspruchsvoll (EFSA-Zulassung, REACH, Reinheitsanforderungen).

¹³ Die Konformitätserklärung (DoC) ist vom Erzeuger bzw. Importeur zu erstellen; Vertreiber müssen sicherstellen, dass sie vorliegt (PPWR Art. 15, 38, 39 i. V. m. Anhang VII/III). Anwendungsdatum: 12. August 2026.

Handelsunternehmen sollten bei der Umsetzung besonders die beginnenden Vorschriften ab August 2026, die Vorbereitungen bis 2030 und die danach laufend erweiterten Pflichten beachten:



Neben der PPWR entstehen weitere Vorgaben, die direkt auf Produktdesign, Materialwahl und Informationslogiken einwirken.

Ökodesign für nachhaltige Produkte (ESPR)

Für Handelsbetriebe besonders relevant ist die Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte (*Ecodesign for Sustainable Products Regulation*, kurz: ESPR).¹⁴ Die ESPR regelt künftig nahezu alle physischen Produkte, die in der EU auf den Markt gebracht oder in Betrieb genommen werden. Ausgenommen sind unter anderem Lebensmittel, Futtermittel und Arzneimittel.

Die ESPR erweitert den Ökodesign-Ansatz über energieverbrauchsrelevante Produkte hinaus und schafft einen Rahmen, um Nachhaltigkeitsanforderungen an Produkte festzulegen. Dazu zählen je nach Produktgruppe etwa Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Wiederverwendbarkeit, Recyclingfähigkeit, Ressourceneffizienz und zugehörige Informationspflichten. Die ESPR ist in Kraft seit Juli 2024; delegierte Rechtsakte auf Produktgruppenebene werden schrittweise erarbeitet. Für den Handel bedeutet das: Produktdesign, Materialwahl und Nachweisführung werden enger verknüpft.

Methodische Grundlage für die Bewertung der Umweltwirkungen eines Produkts ist die Lebenszyklusanalyse (*Life Cycle Assessment*, kurz: LCA). Sie erlaubt die systematische Bewertung entlang des gesamten Produktlebenszyklus von der Rohstoffgewinnung bis zur Entsorgung (Von der Wiege zum Grab, *Cradle to Grave*).

Der digitale Produktpass¹⁵ (*Digital Product Passport*, kurz: DPP) soll als zentrales Instrument der ESPR produktbezogene Informationen digital verfügbar machen: zum Beispiel zu Herkunft, Materialien, Recyclingfähigkeit, Reparierbarkeit. Wer Verpackungs- und Lieferkettendaten heute sauber strukturiert, legt die Grundlage für künftige Nachweispflichten.

¹⁴ Wirtschaftskammer Österreich (2026): Die neue Ökodesign-Verordnung (ESPR) ; Wirtschaftskammer Österreich (2026): Ökodesignvorgaben im Handel

¹⁵ Wirtschaftskammer Österreich (2026): Digitaler Produktpass: Erste Details zum Register

Nachweispflichten einhalten – EmpCo, CSRD, EUDR und CSDDD

Parallel entstehen Pflichten, die auf Messung, Berichterstattung und glaubwürdige Kommunikation abzielen.¹⁶ Für KMU sind viele davon (noch) nicht direkt verpflichtend, aber zumindest indirekt relevant, weil größere Handelspartner, Banken oder Kund:innen entsprechende Daten einfordern.

Verbraucherschutz bei Umweltaussagen¹⁷

(Empowering Consumers for the Green Transition Directive, kurz: EmpCo):

Neue Vorschriften sollen die Rechte von Verbraucher:innen stärken, indem sie unlauteren Wettbewerb im Hinblick auf Nachhaltigkeitskommunikation verhindert. Umweltbezogene Aussagen müssen belegbar, präzise und nicht irreführend sein. Pauschale Begriffe wie „nachhaltig“, „umweltfreundlich“ oder „klimaneutral“ sind nur zulässig, wenn sie substantiiert und nachweisbar sind.

- ➔ KMU sind ab 2026 wie alle Unternehmen betroffen, wenn sie Nachhaltigkeitsinformationen an Verbraucher:innen kommunizieren. Anerkannte Zertifizierungen für einzelne Produkte können Umweltaussagen gegenüber Kund:innen und Geschäftspartnern aus dem GraUBereich des Greenwashing heraushalten.

Nachhaltigkeitsberichterstattung¹⁸

(Corporate Social Responsibility Directive, kurz: CSRD):

Verpflichtende Nachhaltigkeitsberichte nach einheitlichem EU-Standard für größere Unternehmen.

- ➔ Für die meisten KMU im Handel insbesondere relevant, wenn Lieferbeziehungen mit berichtspflichtigen Unternehmen bestehen, die Daten aus der Lieferkette abfragen. Der freiwillige Berichtsrahmen (derzeit VSME: *Voluntary Sustainability Reporting Standard for SMEs*) bietet KMU eine verhältnismäßige Grundlage, um Nachhaltigkeitsdaten gegenüber Partnern, Banken und Lieferketten transparent zu machen — ohne den Aufwand einer vollständigen CSRD-Berichterstattung.¹⁹

EU-Entwaldungsverordnung²⁰

(EU Deforestation Regulation, kurz: EUDR):

Betrifft Betriebe, die bestimmte Rohstoffe oder daraus hergestellte Produkte erstmals in der EU in Verkehr bringen (u. a. Soja, Palmöl, Holz, Kakao, Kaffee, Rinder, Kautschuk).

- ➔ Wenn ein Handelsbetrieb als Erstinverkehrbringer (Importeur oder Erzeuger) gilt, müssen Sorgfaltspflichten erfüllt und Herkunftsnachweise erbracht werden — unabhängig der Unternehmensgröße. Hier gelten maximal längere Fristen für kleine Unternehmen. Der erste nachgelagerte Händler muss die Referenznummern nur noch sammeln, alle anderen nachgelagerten Handelsstufen sind nach neuer Regelung formell entbunden.

EU-Lieferkettengesetz²¹

(Corporate Sustainability Due Diligence Directive, kurz: CSDDD):

Verpflichtet große Unternehmen, menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken in ihrer gesamten Wertschöpfungskette zu identifizieren und zu adressieren.

- ➔ Für KMU nicht direkt anwendbar, aber indirekte Betroffenheit als Lieferant eines verpflichteten Unternehmens möglich.

¹⁶ Wirtschaftskammer Österreich (2026): Gesetzliche Vorgaben für nachhaltiges Wirtschaften

¹⁷ Wirtschaftskammer Österreich (2024): EU-Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel

¹⁸ Wirtschaftskammer Österreich (2026): Nachhaltigkeitsberichterstattung im Handel

¹⁹ Wirtschaftskammer Österreich (2026): Freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung; Fit4ESG: Handbuch für Nachhaltigkeitsberichterstattung

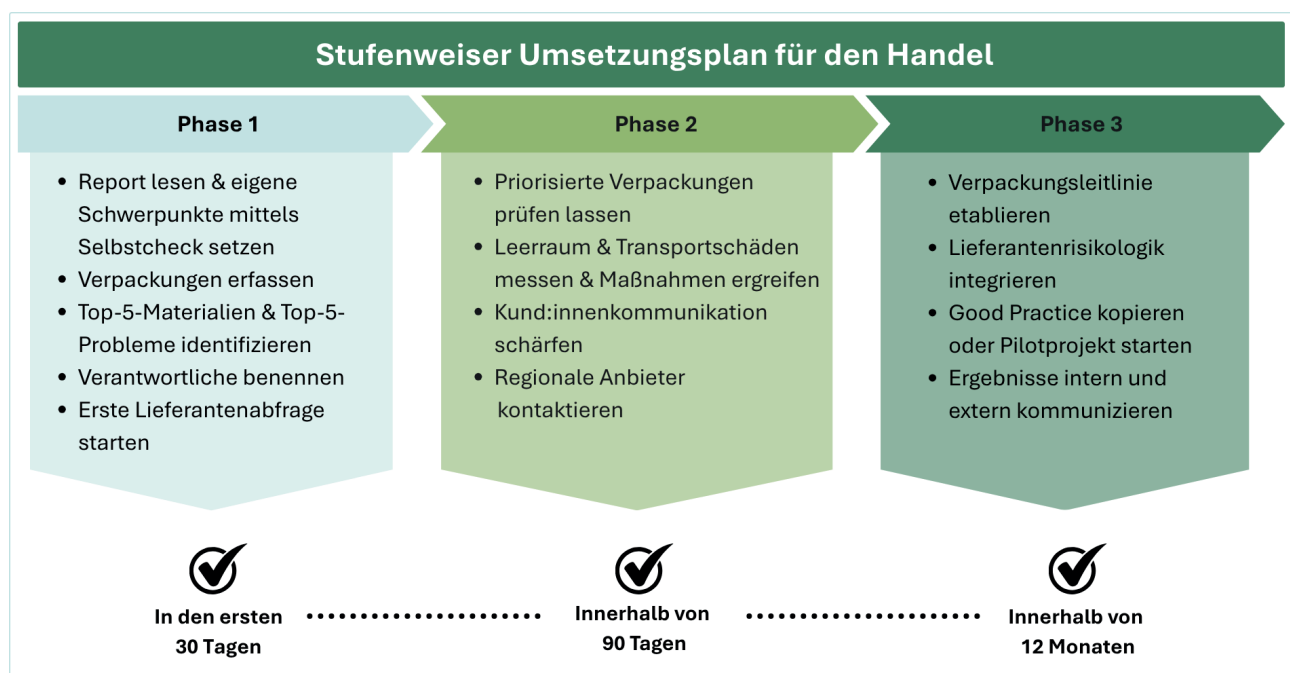
²⁰ Wirtschaftskammer Österreich (2026): EU-Entwaldungsverordnung im Handel

²¹ Wirtschaftskammer Österreich (2026): CSDDD: EU-Lieferkettenrichtlinie („EU-Lieferkettengesetz“), EU-Lieferkettenrichtlinie im Handel

5. Wie Betriebe weiterarbeiten können

Vom Report zur Umsetzung: klein starten und systematisch lernen

Viele Betriebe warten auf die perfekte Lösung — auf vollständige Daten, das richtige Budget, den richtigen Moment. Sinnvoller ist ein stufenweiser Einstieg: Verpackungen und Prozesse sichtbar machen, einfache Maßnahmen umsetzen, Datenlücken schließen und dort vertiefen, wo der größte Hebel liegt. Wer heute Verpackungen erfasst, Lieferantendaten strukturiert, regionale Partner:innen einbindet und erste Pilotlösungen testet, schafft die Grundlage für rechtssichere, effiziente und glaubwürdige Lösungen von morgen. Die folgenden Schritte unterstützen beim Einstieg:



Tipp: Starten Sie die Umsetzung mit der strukturierten Sammlung der Daten, die schon da sind. Eine einfache Tabelle reicht für den Anfang. Entscheidend ist nicht Perfektion, sondern ein systematischer Überblick über Verpackungen, Mengen, Kosten, Risiken und Zuständigkeiten.

Selbstcheck: Lücken identifizieren

Bevor konkrete Maßnahmen angegangen werden, lohnt sich eine kurze Standortbestimmung — im Einkauf, in der Logistik oder in der Geschäftsführung. Die folgenden Fragen helfen, Prioritäten zu setzen. Sie ersetzen keine Detailanalyse, aber sie zeigen, wo Handlungsbedarf am dringlichsten ist.

Selbstcheck Express			
	Ja	Teilweise	Nein
Haben wir eine Übersicht über alle Verpackungstypen im Unternehmen?	☐	☐	☐
Wissen wir, welche Verpackungen hohe Mengen, hohe Kosten und/oder hohe Risiken verursachen?	☐	☐	☐
Kennen wir Material, Gewicht, Rezyklatanteil und Recyclingfähigkeit unserer wichtigsten Verpackungen?	☐	☐	☐
Sammeln wir diese Informationen (zentral) und überprüfen deren Aktualität in regelmäßigen Abständen?	☐	☐	☐
Gibt es Verpackungen mit hohem Leerraum, vielen Verbundmaterialien oder schwer trennbaren Bestandteilen?	☐	☐	☐
Haben wir bei Eigenmarken und Lieferanten ausreichende Verpackungsdaten und Nachweise?	☐	☐	☐
Sind unsere Nachhaltigkeitsaussagen belegbar und verständlich?	☐	☐	☐
Gibt es regionale Anbieter oder Partner:innen, mit denen wir eine bessere Lösung testen könnten?	☐	☐	☐
Haben wir intern geklärt, wer für Verpackung, Lieferantendaten, Lizenzierung und Kommunikation zuständig ist?	☐	☐	☐

Liste wirkungsvoller Maßnahmen

Die folgende Liste gibt Orientierung für konkrete nächste Schritte — geordnet nach Handlungsfeld, Maßnahme, Wirkung und Relevanz. Nicht jede Maßnahme passt für jeden Betrieb. Der Selbstcheck oben hilft bei der Auswahl.

Handlungsfeld	Maßnahmen	Wirkung	Besonders relevant für
Verpackungsportfolio	Liste aller Verkaufs-, Um-, Versand-, Transport- und Füllmaterialien erstellen.	Grundlage für PPWR-Prüfung, Kostenanalyse und Priorisierung.	Lebensmittelhandel, E-Commerce, Eigenmarken
Right-Size Packaging	Kartongrößen, Leerraum und Füllmaterial im Versand prüfen, zu große Standardformate reduzieren, Standardformate einführen	Weniger Material, geringere Transportkosten, bessere Kund:innenwahrnehmung	E-Commerce, Versandhandel, Omnichannel

Handlungsfeld	Maßnahmen	Wirkung	Besonders relevant für
Material & Recyclingfähigkeit	Verbundmaterialien, Beschichtungen, dunkle Farben, schwer trennbare Etiketten und nicht recyclingfähige Füllstoffe identifizieren, Alternativen prüfen. Einwegplastik identifizieren und reduzieren	Bessere Sortier- und Recyclingfähigkeit, reduziert künftige Compliance-Risiken	Eigenmarken, Lebensmittel, verpackungsintensive Sortimente
Produktschutz & Schadenquote	Schäden, Bruch, Verderb und Retouren systematisch erfassen	Vermeidet Scheinlösungen, bei denen weniger Verpackung zu mehr Produktverlust führt	Frischeprodukte, Glas, sensible Waren, Versand
Lieferantendaten	Einfache Standardfragen zu Herkunft, Material, Rezyklatanteil, Zertifikaten und Verpackungsdaten einführen. Umwelt- und Sozialstandards in Lieferverträgen aufnehmen	Mehr Transparenz ohne sofortiges Großprojekt	Eigenmarken, Importware, komplexe Sortimente
Logistik & Bündelung	Versandprozesse auf Bündelung, Packlogik, Lagerwege und Retouren prüfen. CO ₂ -arme Versandoptionen prüfen (z.B. langsamere Lieferung, Loop-Lösungen von Versandanbietern)	Reduziert Handling, Einzelzustellungen und vermeidbare Wege	E-Commerce, regionale Zustellung, Filialbelieferung
Kund:innen-kommunikation	Recyclinghinweise, Rückgabeoptionen und Nachhaltigkeitsaussagen klar, belegbar und einfach formulieren. Kunden über Recycling informieren – schwammige oder nur schwer belegbare Aussagen streichen	Mehr Vertrauen, weniger Greenwashing-Risiko	Alle Betriebe mit Endkund:innenkontakt
Prozesse & Verantwortlichkeiten	Zuständigkeit für Verpackungsthemen festlegen, einfache Entscheidungshilfe für die Verpackungswahl einführen, klare Verpackungsrichtlinien im Lager definieren und Mitarbeitende regelmäßig kurz (ein-)schulen.	Verpackungsentscheidungen werden einheitlicher, nachvollziehbarer und alltagstauglicher	Geschäftsführung von Handelsbetrieben
Kooperation	Regionale Anbieter, Netzwerke und Good Practices gezielt kontaktieren	Schnellere Lernkurve, neue Partnerschaften, regionale Wertschöpfung und Sichtbarkeit von Lösungen	KMU, Start-ups, Betriebe ohne eigene Fachabteilung

Anlaufstellen, Kooperationen und weiterführende Informationen

Nachhaltige Verpackungslösungen und resiliente Lieferketten lassen sich selten alleine gestalten. Wer die richtigen Partner findet, kommt schneller weiter und kann damit regionale Wertschöpfung stärken.

„Wenn wir von der Landwirtschaft über Produktion und Handel bis zu den Konsument:innen stärker zusammenarbeiten, mutig und offen sind, entsteht ein echter Standortvorteil.“

Susanne Urschler, Teilnehmerin im Auftaktworkshop, Leitung Styrian Food Hub (SFG)

Konkrete Stärken liegen im regionalen Netzwerk: Österreichische Betriebe können auf ein gut ausgebautes Ökosystem aus Verpackungsberatung, Recyclingpartnern, Zertifizierungsstellen und Fördergebern zurückgreifen. Wer gezielt kooperiert — mit Lieferant:innen, Wettbewerb, Logistikpartnern oder der Sparte — bewegt mehr als im Alleingang.



Sparte Handel
Steiermark



Nachhaltigkeit
im Handel

Hinweis:

Dieser Report sowie die Grafiken wurden von Schönberg Consulting erstellt. Er dient nicht als Rechtsberatung. Juristische Detailfragen, Fristen und betriebliche Pflichten sind daher mit den jeweils zuständigen Stellen oder rechtlichen Expert:innen zu prüfen. Alle Informationen wurden sorgfältig zusammengestellt, erfolgen jedoch ohne Gewähr. Eine Haftung ist ausgeschlossen.

Stand 05/2026

SCHÖNBERG
CONSULTING