



© Werner &amp; Mertz

Immo Sander von Werner & Mertz: „Wir haben ein solides Fundament für den zukünftigen Umgang mit Rezyklaten geschaffen.“

# Kosmetik & Plastik

Eine neue Guideline gibt Auskunft darüber, inwieweit Rezyclat-Plastik in der Kosmetik verwendet werden kann.

HALLEIN. Bislang gibt es im Kosmetikmarkt sowohl bei Herstellern als auch bei Recyclingfirmen große Unsicherheit über die Verwendung von sogenannten Post-Consumer-Rezyklaten (PCR) in Kosmetikverpackungen. Generell gilt laut Verordnung

(EG) Nr. 1223/2009 über kosmetische Mittel, dass Hersteller natürlich nur sichere Produkte in Umlauf bringen dürfen. Unter welchen Bedingungen Rezyklat eingesetzt werden darf, ist dort nicht definiert – daher gibt es Unsicherheit, ob und in welcher

Form Rezyklat den Sicherheitskriterien entspricht.

Welches Plastik nun infrage kommt und inwieweit das aus dem Gelben Sack kommen darf – darauf gibt jetzt das Dokument „How to evaluate post-consumer polyolefin recyclates in cosmetic

packaging?“ erstmals wissenschaftlich fundierte Antworten. Der Leitfaden ist das Ergebnis einer Studie von Beiersdorf, des Mainzer Reinigungsmittelherstellers Werner & Mertz und dem Fraunhofer Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung (IVV).

## Der neue Standard

Herausgekommen ist ein Industriestandard für den Einsatz von mechanisch recyceltem Altplastik für Kosmetikverpackungen. Die zugehörige Studie bietet einen Überblick über am Markt befindliche Rezyklate, vorrangig aus der Materialgruppe HDPE, über vorhandene Recyclingverfahren, verfügbare Rezyklatqualitäten sowie deren Eignung für die Herstellung hochwertiger Kosmetikverpackungen.

Im Sinne eines Open-Innovation-Ansatzes wird der Leitfaden auf der Website beider Unternehmen und dem Fraunhofer Institut kostenfrei zugänglich gemacht, damit sich möglichst viele mit den Ergebnissen befassen und die Bedenken bezüglich des Rezyklateinsatzes überwinden. (red)



| Auf dem schnellsten Weg zur passenden Agentur

## Metro hat wieder fünf Start-ups am Start

Fünf von ursprünglich 40 Bewerbern präsentieren Innovationen bei Metro.

VÖSENDORF. Metro bietet Start-ups seit drei Jahren die Möglichkeit, ihre Produkte in den Großmärkten zu präsentieren und vier Monate lang auf Markt- und damit Konsumententauglichkeit testen zu lassen.

Seit Kurzem sind nun die NX Food-Start-up-Regale zum bereits siebten Mal neu befüllt: Aus über 40 Bewerbern haben es wieder fünf mit ihren Produkt-

neuheiten in die NX Food-Start-up-Regale geschafft. Als da wären: Selectum – Creating better snacks, Home of Unvernunft, Baihu Foods, Sommerperle und Snack Me.

### Zukunftstrends

Metro Österreich-CEO Xavier Plotitza zur Initiative: „Uns ist es wichtig, unseren Kunden nachhaltige und innovative Lösungen

und Produkte im Bereich der Lebensmittelversorgung anbieten zu können; das gelingt uns auch durch die Zusammenarbeit mit Start-ups.“

Start-ups können ihre Produkte einer gastronomisch interessierten Zielgruppe präsentieren und ihre Markttauglichkeit testen, und Metro bietet den Kunden dadurch Zukunftstrends und Inspiration.“ (red)



© Metro

NX Food-Start-up-Regal bei Metro.