



rwetten

interwetten

pre zero

pre zero

Area

pre zero

interwetten

interwetten

pre
zero

Wertstoffmanagement

Neues Denken für ein
sauberes Morgen.



pre
zero

Wertstoffmanagement



Inhalt

Editorial	4
PreZero: Der Entsorger für ein sauberes Morgen	6
„Ein Symbol für Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz“ – TSG-Geschäftsführer Dr. Peter Görlich und PreZero-Geschäftsleiter Dietmar Böhm im Interview	8
Der PreZero-Blick auf die Arena	12
Wie kommt das Gras in die Autogrammkarte?	14
Nach dem Spiel ist vor dem Recycling	18
Die Schwarz Gruppe denkt Plastik neu – beim Plastik läuft's rund	20

Liebe Leserinnen und Leser, liebe Fans der TSG Hoffenheim,

Sie haben es vermutlich bereits auf dem Weg zum heutigen Spiel gesehen: Das Stadion der TSG Hoffenheim heißt jetzt PreZero Arena. Das ist das sichtbare Zeichen einer engen Zusammenarbeit, die im vergangenen Herbst begonnen hat.

Damals haben wir das Thema Wertstoffmanagement im Stadion entdeckt und festgestellt, dass es großes Potenzial bietet. Denn wir bei PreZero sind Experten für Entsorgung und Recycling und haben Großes vor: Der Abfall, der in der Arena anfällt, soll auf ein absolutes Minimum reduziert werden. Auch Materialien, die nicht sofort wiederverwendbar sind, sollen ihren Weg zurück ins Stadion finden: als Recycling-Produkt.

Dabei arbeiten wir auch an ungewöhnlichen Lösungen, denn für uns ist jede Art von Abfall zunächst einmal ein Wertstoff. Ein Ergebnis finden Sie als Beileger in dieser Broschüre: Eine Autogrammkarte, hergestellt aus dem Arenarasen – mehr TSG geht nicht.

Ich freue mich sehr, dass wir als Kooperationspartner und Sponsor unseren Teil zur Stärke der TSG beitragen können. Der Verein engagiert sich bereits heute stark für den Umwelt- und Klimaschutz, vor allem durch die Nutzung der Sonnenenergie. Wir sind angetreten, um die TSG auch bei der Nachhaltigkeit in die Champions League zu bringen – mit ganzheitlichem Wertstoffmanagement, vom Grünschnitt bis zum Getränkebecher. Und mit vielen weiteren Ideen, die aus der PreZero Arena ein weithin sichtbares Symbol für Nachhaltigkeit machen werden: von der Mitfahr-App über Ladesäulen bis zu nachhaltigen Energiespeichern. Mehr über PreZero und unsere Kooperation mit der TSG erfahren Sie in dieser Broschüre.

Mit dem Namen PreZero Arena zeigen wir Flagge für unser ambitioniertes Ziel: null Verschwendung von Ressourcen. Wir freuen uns auf den gemeinsamen Weg mit der TSG Hoffenheim. Auf gute Partnerschaft!

Ihr Dietmar Böhm
Geschäftsleiter der PreZero



PreZero

Wert

ore
ze

stof



Der Entsorger für ei

Die Vision von PreZero ist eine Welt, in der keine Wertstoffe mehr vergeudet werden. **Null Abfall, 100 % Wiederverwendung.** Um uns dieser Zielmarke so weit wie möglich anzunähern, haben wir das **Entsorgungsunternehmen des 21. Jahrhunderts** geschaffen: effizient, mit einem 360-Grad-Blick und digital auf den gesamten Wertstoffkreislauf. Unser Credo: Nicht über Umweltschutz reden, sondern Umweltschutz profitabel machen. Nur so setzt sich Nachhaltigkeit flächendeckend durch.

2012

Expansion in der Schwarz Gruppe
GreenCycle weitet seinen Tätigkeitsbereich auf die Handelskette Kaufland und die Produktionsbetriebe der Schwarz Gruppe aus.

2009

Gründung der GreenCycle GmbH
Die Handelskette Lidl, ein Unternehmen der Schwarz Gruppe, bündelt die Entsorgungskompetenz in einem neu gegründeten Tochterunternehmen.

2019

PreZero Arena

Das Stadion der TSG Hoffenheim wird in PreZero Arena umbenannt. PreZero unterstützt den Verein bei Müllvermeidung und Recycling. Das Ziel: eine nachhaltig bewirtschaftete Arena.

2018

Entsorgungsdienstleister PreZero

Unter der Marke PreZero bündelt GreenCycle alle Dienstleistungen für externe Kunden außerhalb der Schwarz Gruppe: Beratung, Logistik, Verwertung.

n sauberes Morgen

PreZero bündelt Beratung, Logistik, Aufbereitung und (Wieder-) Verwertung unter einem Dach. Unsere Berater nehmen die Abläufe, Verpackungen und Abfälle unserer Unternehmenskunden unter die Lupe. Dabei sind wir ständig auf der Suche nach cleveren Lösungen, die Abfälle vermeiden, das Recycling erleichtern und den Wert der anfallenden Materialien steigern. Wir stellen geeignete Sammelbehälter und Pressmaschinen für Wertstoffe zur Verfügung. Auch um die Abholung kümmern wir uns – entweder mit unserem eigenen Fuhrpark oder in Kooperation mit Entsorgungspartnern vor Ort. Unsere Mitarbeiter sorgen dafür, dass die gesammelten Wertstoffe an Abnehmer gehen, die aus den Wertstoffen neue Produkte herstellen. PreZero unterstützt Unternehmen auch darin, Recycling-Kreisläufe zu etablieren: So landet ein Teil der Kunststoffabfälle eines Handelsunternehmens nach dem Recycling wieder in den Läden – als

Foliensammelsäcke. Und: Dank unserer internetbasierten Plattform PreZero.com ist Entsorgung und Recycling für unsere Kunden so einfach wie noch nie.

Der Ursprung des Unternehmens liegt im internen Abfall-Management der Schwarz Gruppe, zu der unter anderem Lidl und Kaufland gehören. Seit einigen Jahren bieten wir unser Know-how in Recycling und Rohstoffverwertung auch anderen Unternehmen an. 2018 hat GreenCycle die Tönsmeier Gruppe übernommen und in das Unternehmen integriert. Damit verbinden wir nun rund 90 Jahre Erfahrung im Handel mit ebenso langen Kenntnissen in der Entsorgung. Derzeit betreut GreenCycle mit mehr als 80 Standorten und mehr als 3.000 Mitarbeitern vor allem Kunden in Deutschland und Europa.

2014

Ausbau des Beratungsgeschäfts
GreenCycle beginnt, die Expertise in Entsorgung und Recycling auch Kunden außerhalb der Schwarz Gruppe anzubieten.

2018

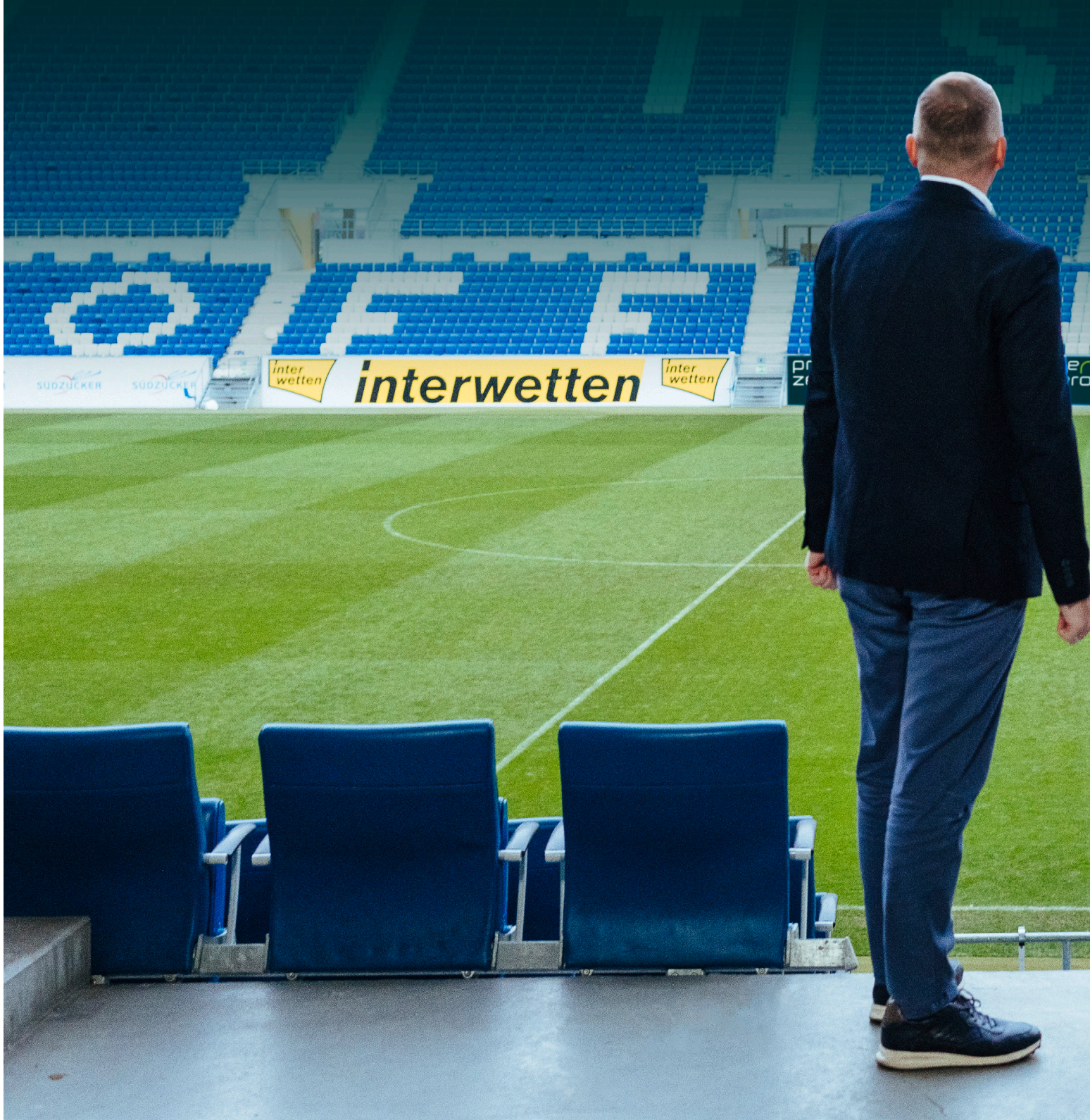
Entsorgungsplattform PreZero
PreZero geht als digitale Plattform von GreenCycle für die Entsorgung von Wertstoffen online. Kunden melden die Entsorgung ihrer Abfälle online an und erhalten sofort ein Preisangebot.

2018

Kauf des Entsorgungsunternehmens Tönsmeier

Die Übernahme stärkt die Fähigkeiten in der Kreislaufwirtschaft: PreZero verfügt nun über eine eigene Fahrzeugflotte und Sortieranlagen zur Aufbereitung von Abfällen.

„Wir wollen **unser St**
einem Symbol
und **Ressourceneff**



Stadion zu für Nachhaltigkeit effizienz machen“

Zum Start der Rückrunde der Fußball-Bundesliga wird das Stadion der TSG Hoffenheim in PreZero Arena umbenannt. TSG-Geschäftsführer **Dr. Peter Görlich** und **Dietmar Böhm**, Geschäftsleiter von PreZero, über die Hintergründe der neuen Partnerschaft.



Herr Dr. Görlich, Herr Böhm, die TSG spielt ab sofort in der PreZero Arena. Wie kam es zu dieser Partnerschaft? Ein Fußballverein und ein Entsorger haben ja auf den ersten Blick nicht viel gemeinsam.

Görlich: Einspruch! Ich denke, wir passen sehr gut zusammen.

Stattgegeben. Bitte erklären Sie es uns.

Görlich: Natürlich freuen wir uns darüber, dass wir in PreZero einen Stadionsponsor für die nächsten Jahre verpflichten konnten. Aber eine solche Partnerschaft ergibt ja erst dann wirklich Sinn, wenn beide Seiten über die finanzielle Unterstützung hinaus Gemeinsamkeiten teilen. Und genau das ist hier der Fall. PreZero ist für uns nicht einfach ein Namensgeber, sondern ein strategischer Partner: Gemeinsam wollen wir unser Stadion zu einem zukunftsweisenden Ort für Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz machen.

Warum ist das Thema Nachhaltigkeit für einen Fußballverein wie die TSG überhaupt wichtig?

Görlich: Wir sind davon überzeugt, dass mit unserer hervorgehobenen Stellung als Bundesligist auch eine besondere Verantwortung einhergeht. Natürlich liegt unser Fokus zunächst einmal darauf, erfolgreich Fußball zu spielen. Wir wollen als Verein aber auch Vorbild sein. Fußball besitzt hierzulande eine ungeheure Strahlkraft. Die wollen wir dazu nutzen, Themen zu besetzen, Projekte zu entwickeln und etwas zum Guten zu bewegen. Deswegen haben wir unsere nachhaltige Zukunftsstrategie „TSG ist Bewegung“ erarbeitet. In ihr spielt das Thema Ökologie eine wichtige Rolle. Ich bin sicher, dass auch unsere Fans dieses Engagement erwarten.

Und da kommen Sie ins Spiel, Herr Böhm.

Böhm: Genau. Am Anfang stand für uns die Frage, wie wir die TSG mit unserem Know-how als Spezialist für Nachhaltigkeit und Umweltschutz unterstützen können. Dafür haben wir mal genau analysiert, was die TSG in diesem Bereich bereits unternimmt und wo es möglicherweise noch Verbesserungspotenzial gibt.

Was kam dabei heraus?

Böhm: Wenn man sich anschaut, was die Bundesligaklubs in Sachen Nachhaltigkeit derzeit tun, dann steht die TSG im Vergleich schon heute sehr gut da. Wir wollen der TSG dabei helfen, ganz nach oben zu kommen.

Görlich: Das kann ich nur unterstreichen. Wir wollen bei der Nachhaltigkeit in die Champions League.

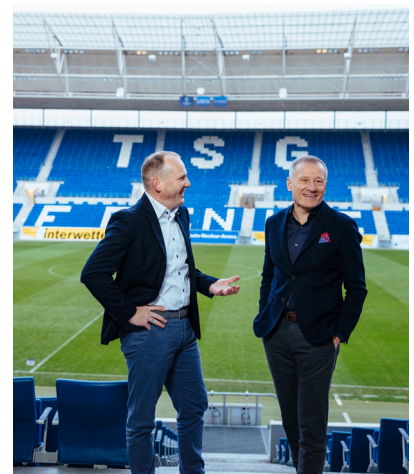
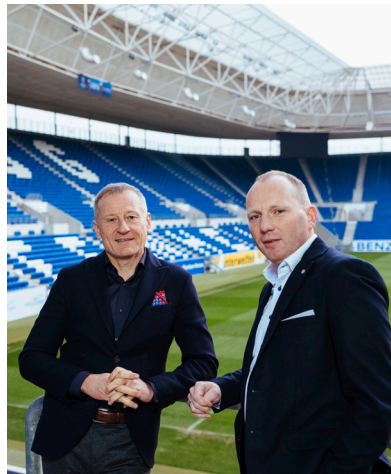
Ein ehrgeiziges Ziel. Wie wollen Sie das erreichen?

Böhm: Da gibt es nicht die eine große Lösung. Es sind viele einzelne Maßnahmen, die in der Summe dann den Erfolg bringen. Das fängt bei Kleinigkeiten an: Beispielsweise haben wir der TSG geraten, die Aufstellung der Container zu verändern, in denen die Reinigungskräfte nach einem Spiel den Müll entsorgen. Bislang standen nämlich die Restmüll-Container vorne. Da war die Versuchung groß, dort gleich alles reinzuwerfen. So kommen Reiner als Erstes zu den Sammelbehältern für Pappe und Papier. Restmüll steht künftig ganz hinten.

Und das bringt was?

Böhm: Und ob! Menschen sind nun mal bequem. Unsere Leute haben sich übrigens mal die Mühe gemacht, den Abfall, der an einem durchschnittlichen Spieltag im Stadion anfällt, zu analysieren. 60 Prozent von dem, was heute im Restmüll landet und verbrannt wird, könnte wiederverwertet werden. 60 Prozent!

„Wir helfen der TSG, auch in der Nachhaltigkeit Bestleistungen zu erzielen.“





Görllich: Das Team von PreZero hat uns schon bei ersten Treffen eine beeindruckende Liste mit Punkten vorgelegt, die wir verbessern können. Das reicht von der Energieerzeugung über die Mobilität bis hin zur Abfallentsorgung. Außerdem können wir unserer Verantwortung noch stärker gerecht werden, wenn wir unsere Aktivitäten auf diesem Gebiet transparenter machen. Manches davon setzen wir schon um, anderes werden wir in den nächsten Monaten zusammen anpacken.

Was tun Sie, um die TSG und das Stadion nachhaltiger zu machen?

Görllich: Einiges können die Zuschauer schon heute sehen. Beispielsweise werfen wir den Rasenschnitt nicht mehr einfach weg, sondern verarbeiten ihn zu Papier. Daraus wollen wir unter anderem unsere Autogrammkarten machen – so haben auch die Fans etwas davon.

Böhm: Beim Mineralwasser nutzen wir schon heute die „Saskia“-Flasche aus der Schwarz Gruppe, die überwiegend aus recyceltem Material besteht. Die Styroporbecher für Glühwein in der Arena haben wir auf wiederverwertbare Becher umgestellt. Und aus organischen Abfällen könnte Biogas gewonnen werden.

Wie steht es um das Thema Energieerzeugung?

Görllich: Die Solaranlage auf dem Carport erzeugt schon heute so viel Strom, dass wir damit den Tagesbedarf der benachbarten Einrichtungen rund um die PreZero Arena decken könnten. Wir denken ständig über neue Möglichkeiten nach, beispielsweise bei der Entsorgung oder auch Versorgung rund um die Heimspiele in der PreZero Arena und der sinnhaften Nutzung der Flächen rund um die Arena außerhalb der Spieltage.

Apropos Verkehr: Haben Sie dafür auch Ideen, Herr Böhm?

Böhm: Ja klar. Bei der Schwarz Gruppe haben wir zum Beispiel eine App eingeführt, über die sich unsere Mitarbeiter zu Fahrgemeinschaften zusammenschließen. Das könnte man relativ einfach auch auf die TSG übertragen, um den Verkehr zu den Heimspielen zu reduzieren.

Beziehen Sie auch die Mannschaft in diese Maßnahmen mit ein?

Görllich: Wir haben das natürlich auch im Mannschaftskreis angesprochen und sind dabei auf große Zustimmung gestoßen. Unsere Spieler sind enorm reflektiert und wissen natürlich um die Relevanz des Themas Nachhaltigkeit. Unser Trainer Julian Nagelsmann macht sich immer wieder für einen bewussten Umgang mit den Ressourcen stark und spricht über die Themen Umwelt und Klimaschutz auch immer wieder öffentlich. Diese jungen Sportler sind sich ihrer Vorbildrolle durchaus bewusst.

Hilft ihnen das auch sportlich?

Görllich: Viele Spieler engagieren sich außerhalb des Platzes gesellschaftspolitisch. Entweder haben sie ihre eigenen Initiativen oder unterstützen die des Klubs. Das hat schon etwas mit Identifikation und damit auch mit Motivation zu tun. Am Ende profitieren alle: Mannschaft, Klub, Umfeld.

Herr Böhm, können Sie sich bei PreZero etwas von der TSG abschauen?

Böhm: Absolut. Fußball ist ein Mannschaftssport. Ein einzelner Spieler kann zwar viel bewegen. Aber gewinnen kannst du letztendlich immer nur gemeinsam. Teamgeist, Fairness, unbedingter Siegeswille – das sind alles Werte, die für uns als Unternehmen wichtig sind. Insofern gibt es viele Parallelen.

Sie sind mit PreZero in Ihrer Branche ein Newcomer – auch eine Parallele?

Böhm: Kann man so sagen. Es war schon beeindruckend, wie es der TSG gelungen ist, sich binnen weniger Jahre in der Spitzengruppe der Bundesliga zu etablieren. Das wollen wir mit PreZero in unserer Branche auch erreichen. Wobei bei uns ja eigentlich nur der Name und die Aufstellung neu sind. Dahinter stehen mit der Schwarz Gruppe oder dem Entsorgungsunternehmen Tönsmeier, das wir kürzlich übernommen haben, ja keine Anfänger, im Gegenteil: Ich denke, mit unserer Erfahrung von 90 Jahren Entsorgung und im Handel sowie mit der Stärke der Schwarz Gruppe im Rücken sind wir gut aufgestellt, um unsere Ziele zu erreichen.

„Der Verein TSG Hoffenheim will ein Vorbild sein und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen.“

Der PreZero-Blick

Wie können wir Ressourcen schonen? Wie können wir Abfälle reduzieren und Zuschauer umweltfreundlicher in die Arena bringen?



Rund
5.000

Styroporbecher für Kaffee und Glühwein werden bei jedem Heimspiel verbraucht. *Wir werden sie durch PP-Becher ersetzen.*



22.000

Plastikbecher verbrauchen die Zuschauer bei vollem Haus. *Wir analysieren und finden eine nachhaltige Lösung.*

Hotel****
MUSEUM
HOFENHEIM


TSG HOFFENHEIM

pre
zero

Ca.

4 Tonnen



Müll fallen pro Spieltag an.
Rund 60 Prozent davon
sind recycelbar. *Wir möchten
die Wertstoffe heraustrennen.*

auf die Arena



Ca.
2 Tonnen

Grünschnitt fallen im Durchschnitt jeden Monat bei der Rasenpflege an. Wir werden daraus bis zu 1,7 Tonnen Graspapier herstellen.



Mit
30.150

Zuschauern ist die PreZero Arena ausverkauft. Wir sorgen für neues Denken für ein sauberes Morgen.



17 Tonnen

Papier und Pappe sammeln die Reinigungskräfte im Laufe einer Saison in und um das Stadion ein.

Wir wollen das recyceln.





Wie kommen
die Autog

mt das Gras in rammkarte?

Dennis spielt eine zentrale Rolle im Team der TSG Hoffenheim. Ohne ihn läuft hier nichts rund. Er kennt jeden Winkel des Platzes. Ihm geht nie die Puste aus. Wenn er auf dem Rasen steht, werden später Träume wahr.

Aber warum holt ihn Julian Nagelsmann nicht ins Startaufgebot? Mit seinen 100 Kilo könnte der Modellathlet mit eiserner Lunge gut in die Abwehr passen. Doch was ihm fehlt, sind die Spritzigkeit und eine gewisse Grundschnelligkeit. Denn seine sechs bis sieben Kilometer auf dem Feld spult er immer nur in Schrittgeschwindigkeit ab. Und dabei wird er auch noch geschoben.

Dennis ist ein Hochleistungsrasenmäher, genauer gesagt: ein Hand-Spindelmäher. Er kommt vor den Spielen zum Einsatz. „Für den optimalen Rasen sind zwei unserer Mitarbeiter fast drei Stunden mit dem Rasenmähen beschäftigt, in der Wachstumsperiode sind sie täglich unterwegs“, erklärt Maik Grimm, Leiter Greenkeeping der TSG. Nach den Spielen wird der Rasen mit einem Hand-Sichelmäher gemäht, um die von den Stollen aufgewirbelte Erde gleich mitabzusaugen. Sowohl der „Rasenschnitt“ als auch der „Spielschnitt“ – so nennt man im Greenkeeper-Jargon das Mähgut – wurde bisher in große Container geschaufelt und zur Abfallentsorgung gebracht.

Aus Grünschnitt wird ein Wertstoff

Gerade im Frühling und im Sommer kommt im Stadion eine erhebliche Menge an Rasenschnitt zusammen. Grimm: „Im Schnitt füllen wir alle zwei Wochen einen fünf Kubikmeter großen Container. Manchmal läuft der aber auch schon innerhalb einer Woche über.“ Vollgepackt sind die Container bis zu 2,5 Tonnen schwer. So viel wiegt ungefähr der komplette Kader der TSG Hoffenheim. Seit Anfang November 2018 entsteht ein wertvolles Ausgangsmaterial für ein ganz besonderes Papier – ein Papier, in dem viel „TSG“ steckt; das im Training, bei Abwehrschlachten und Kanterstiegen dabei war.

„Nachhaltigkeit spielt in unserem Verein eine große Rolle. Das Besondere am Graspapier ist, dass wir uns mit diesem bodenständigen Produkt voll identifizieren können und wir damit einen weiteren Beitrag zum Umweltschutz leisten“, sagt Dr. Peter Görlich, Geschäftsführer der TSG Hoffenheim. Tobias Maier, Umweltexperte von PreZero, koordinierte die Zusammenarbeit zwischen der TSG Hoffenheim und dem Graspapier-Start-up Creapaper in Hennef. Maier: „Nachhaltige Autogrammkarten aus eigenem Stadionrasen – für die TSG Hoffenheim ist diese Kombination wie ein Elfmeter ohne Torwart.“

Graspapier enthält keine Chemie

Bei Creapaper in Hennef wird die Lieferung aus Sinsheim schon sehnsüchtig erwartet. Noch heute soll das Gras aus Sinsheim in kleine Pellets gepresst werden. Denn in der Papierfabrik und in der Druckerei wird bereits alles vorbereitet, um in ein paar Tagen die Autogrammkarten von Julian Nagelsmann auf dem TSG-Graspapier zu drucken. Seit 2009 forscht Uwe D'Agnone, der Gründer von Creapaper, an Materialien, Techniken und Workflows, um Graspapier

als besonders nachhaltiges Papier zu etablieren. „Im Gegensatz zum herkömmlichen Papier, für das viel Energie, Wasser und Chemie zum Einsatz kommen, ist Graspapier das ökologischste Papier: Die energie-schonende Herstellung spart bis zu 75 Prozent CO₂, die Materialien werden nicht chemisch behandelt und wir benötigen für eine Tonne Papier statt 6.000 Liter nur etwa zwei Liter Wasser“, erklärt D’Agnone.

Der Auftrag der TSG Hoffenheim ist für das Creapaper-Team besonders. In der Regel wird das Heu von vielen regionalen „Ausgleichsflächen“ gesammelt, bei Creapaper gemischt und nach einer mechanischen Aufbereitung zu Pellets gepresst. Das Graspapier der TSG Hoffenheim soll aber das eigene Hochleistungsgras enthalten. Im Werk von Creapaper werden daher die Lieferungen aus Sinsheim separat gehalten.

Zunächst wird das Heu in einem Zyklon mit Luft gereinigt. Etwa zwei Prozent Fremdpartikel werden in diesem Prozess herausgefiltert. Dann wird das Heu auf Faserlänge von 0,7 mm geschnitten und wortwörtlich „plattgehämmert“. In der Fachsprache nennt man das „Auffasern“.

Graspellets: die trockene Essenz des Hoffenheimer Rasens

In der Pelletmaschine wird das gemahlene Stadiongras nun zu kleinen, etwa 2 cm langen Stäbchen, den Pellets, gepresst. Ungepresst wären die Fasern zu leicht für den späteren Papierherstellungsprozess; sie würden unbeeindruckt auf dem Zellstoff schwimmen. In der ersten Phase der Graspapierproduktion der TSG besteht das Papier aus bis zu 30 Prozent Gras. Ein höherer Anteil bis zu 50 Prozent wäre technisch möglich, doch im Winter ist die Grasausbeute eher mager. In den Wachstumsperioden sieht es anders aus. Dennis und die Greenkeeper laufen dann auf Hochtouren.

Papier mit feinen goldenen Heufäden

Die gepressten Graspellets sind in der Papierfabrik Meldorf in Tornes angekommen. Das Unternehmen arbeitet seit etwa eineinhalb Jahren mit Creapaper zusammen. War es zu Anfang ein Wagnis, Grasfasern in den technischen Anlagen zu Papier zu verarbeiten, gehört die Graspapierproduktion mittlerweile zum Tagesgeschäft. Die Produktion der TSG-Autogrammkarten bereitet wenig Probleme und geht zügig voran.

Die Pellets aus dem Stadiongras werden in den „Pulper“ gegeben. Das ist ein großer Bottich, in dem aus den Graspellets, Recyclingfasern und Wasser ein Stoffwassergemisch hergestellt wird. Danach durchläuft diese Fasermischung den gewohnten Weg durch die Papiermaschine. Das Blatt wird „gebildet“: Zunächst wird das Wasser herausgepresst, dann in 55 Meter Länge über einem Trockenzylinder bei etwa 120 Grad Celsius getrocknet, dann auf Rollen aufbereitet und zur Druckerei geschickt.

Aus Gras: Autogrammkarten aus echtem Arena-Rasen

Für die Druckerei sind die angelieferten Graspapierrollen lediglich „Papier“. Nach dem Druck werden die Autogrammkarten zur PreZero Arena geschickt. Jetzt müssen sie nur noch von den Spielern eigenhändig unterschrieben werden.

Dennis wird als Hochleistungsrasenmäher nie im Team von Julian Nagelsmann spielen. Aber er wird immer wichtiger im Team. Aus einem notwendigen Übel — dem Kampf gegen den Rasenwuchs — ist nun die Ernte eines kostbaren Rohstoffs für die TSG Hoffenheim geworden.



Hier klebte die
Autogrammkarte
aus Arena-Gras.
Mehr TSG geht nicht.



Was ist Graspapier?

Bäume wachsen hoch. Damit der Baum stabil wächst, wird ein Kleber benötigt, das „Lignin“. Um aus hartem Holz weichen Zellstoff (und damit Papier) herzustellen, wird viel Wasser, Energie und Chemie benötigt.

In Gras ist kaum Lignin enthalten. Es lässt sich daher viel leichter weiterverarbeiten. Das getrocknete Gras (Heu) muss lediglich per Luft gereinigt, auf Faserlänge zugeschnitten, gemahlen und gepresst werden. In Pelletform

lässt es sich dann besser lagern und in der Papierherstellung wie jeder andere Zellstoff einsetzen.

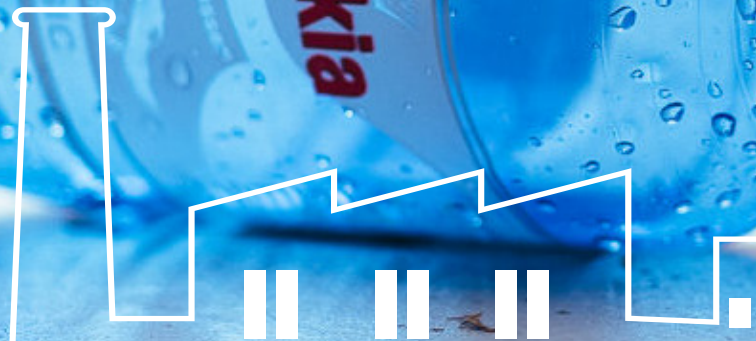
Im Gegensatz zum herkömmlichen Zellstoff in der Papierindustrie wird das Gras regional angebaut und dort auch weiterverarbeitet. Demgegenüber ist der Zellstoff aus Holz durchschnittlich 4.000 Kilometer unterwegs. Durch die erheblich schonendere Aufbereitung mit weitaus weniger Energie und ohne Chemiezugabe lassen sich die CO₂-Emissionen um fast 75 Prozent reduzieren.

Nach dem vor dem



Im Stadion: sammeln

Im Stadion werden die leeren Flaschen von vielen Helfern gesammelt und dann per LKW in ein Recyclingwerk gefahren.



Recyclingwerk: sortieren, trennen, zerkleinern, waschen

Im Recyclingwerk werden die gebrauchten Flaschen zunächst im Farbsorter nach Farben sortiert. Deckel und Etiketten werden abgetrennt und ebenfalls recycelt. Im nächsten Schritt werden die Flaschen gemahlen, gewaschen, getrocknet und zu lebensmitteltauglichem Regranulat verarbeitet.

Spiel ist Recycling

Nachdem die Zuschauer die Arena verlassen haben, beginnt das große Aufräumen. Doch was passiert mit den leeren Wasser-Einwegflaschen? Aus dem PET-Material entstehen wieder neue Flaschen. So enthält die in Teilen der Arena ausgegebene „Saskia“-Flasche von Lidl bereits einen Recyclinganteil von über 60 Prozent – Tendenz steigend.



Kunststoffverarbeitung: mischen, trocknen, schmelzen, gießen

In der Kunststoffverarbeitung werden aus dem Regranulat und neuem PET-Granulat Rohlinge (die „Preforms“) für neue Flaschen hergestellt. Dabei wird das Regranulat mit neuem Granulat gemischt, mehrere Stunden getrocknet, danach weiter erhitzt und aufgeschmolzen. In der Spritzgussmaschine entstehen aus der heißen Granulatmasse die Preforms für die neuen Flaschen.

Abfüllwerk: erhitzen, aufblasen, reinigen, füllen, etikettieren

Im Abfülllager werden die Preforms erhitzt und aufgeblasen. Die fertigen Flaschen werden noch einmal gründlich gereinigt, gefüllt und etikettiert. Für den weiteren Transport werden die Flaschen in Gebinde verpackt. Der Transport zum Stadion schließt den Wertstoffkreislauf der PET-Flasche.

Die Schwarz Gruppe neu – beim Plastik

Die Schwarz Gruppe, die mit den Handelssparten Lidl und Kaufland zu den international größten Handelsunternehmen gehört, ist sich ihrer Verantwortung für die Umwelt bewusst und nimmt diese wahr. Sie hat eine vollumfassende Plastikstrategie gestartet, die weltweit alle Sparten und Standorte einschließt. Eine zentrale Rolle spielen dabei der eigene Entsorgungs- und Recyclingdienstleister GreenCycle sowie seine Vertriebsmarke PreZero.

Die Plastikstrategie ist ein ganzheitlicher, umfassender Ansatz und besteht aus fünf Handlungsfeldern: Von der Vermeidung über die Wiederverwertung, das ressourcenschonende Design bis zur Innovation und Aufklärung. Ziel ist es, den Plastikverbrauch in allen Unternehmensbereichen zu reduzieren, Prozesse zu vereinheitlichen und die Voraussetzungen für eine sortenreine Verarbeitung zu schaffen.

Die Ziele sind ehrgeizig: Länderübergreifend haben sich Lidl und Kaufland auf die Reduktion des Plastikverbrauchs um 20 Prozent bei Produkt- und Umverpackungen und auf

100 Prozent Recyclingfähigkeit der gesamten Kunststoffverpackungen für Eigenmarken bis zum Jahr 2025 verständigt.

Die Plastikstrategie trifft international auf reges Interesse und Anerkennung: Auf einer gemeinsamen Konferenz von UNO und EU präsentierte die Schwarz Gruppe das eigene Konzept – als vielbeachtete Anregung für andere Unternehmen.

SCHWARZ



„Mit Lidl und Kaufland, unseren Produktionsbetrieben sowie unseren Entsorgungs- und Recyclingdienstleistern GreenCycle und PreZero haben wir es wie kein anderes europäisches Handelsunternehmen selbst in der Hand, wirkungsvolle Initiativen umzusetzen.“

Gerd Chrzanowski, Vorstandsvorsitzender der Schwarz Zentrale Dienste KG

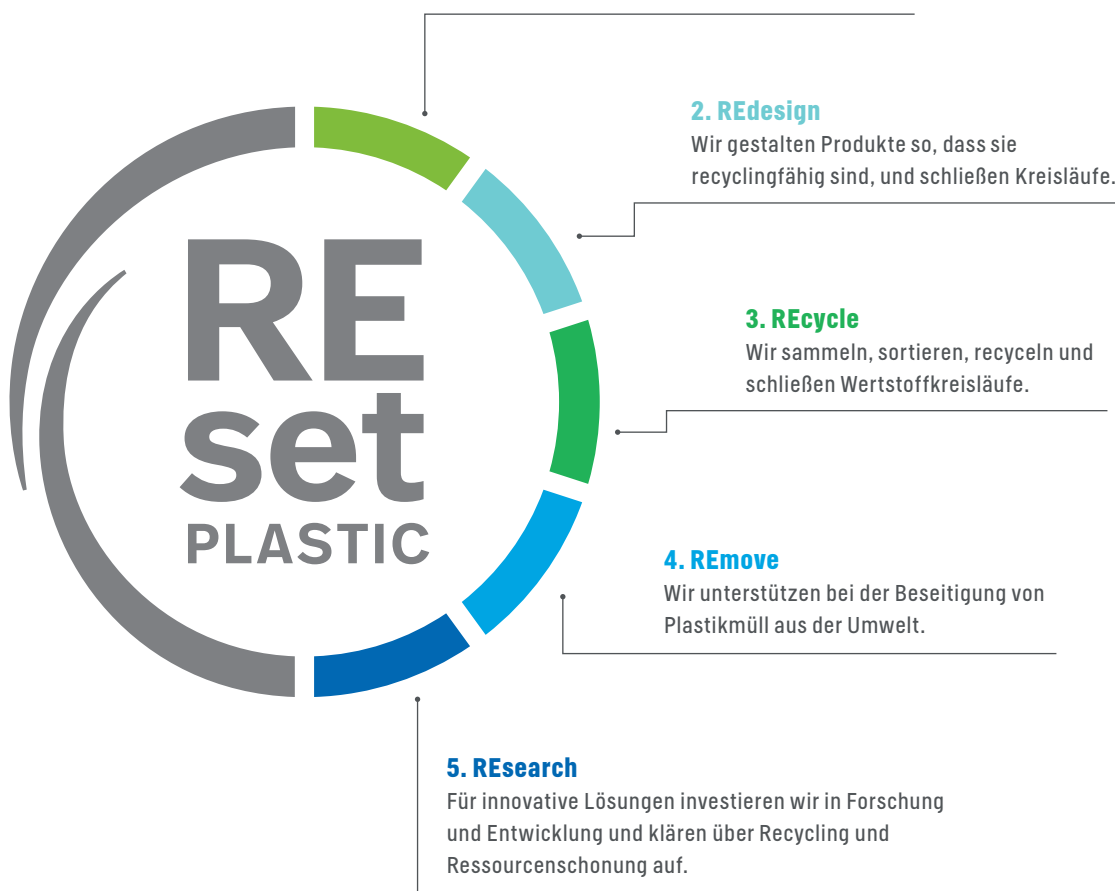
Kunststoffgranulat



pe denkt Plastik läuft's rund

Zu Ende gedacht.

Die fünf Handlungsfelder der Plastikstrategie



„Mit unserer Strategie denken wir Plastik neu. Wir reduzieren den Einsatz von Plastik in allen Formen: in den Märkten, bei den Eigenmarken, den Lieferanten und den internen Prozessen. Außerdem erhöhen wir die Recyclingfähigkeit sämtlicher Verpackungen.“

Gerd Chrzanowski, Vorstandsvorsitzender der Schwarz Zentrale Dienste KG





Neues Denken für unser sauberes Morgen.

Gemeinsam mit der TSG Hoffenheim für mehr
Nachhaltigkeit und Umweltschutz.



PreZero
eine Marke der GreenCycle Holding

Stiftsbergstraße 1
74172 Neckarsulm

Telefon: +49 7132-89 998 00
E-Mail: info@prezero.com

Diese Broschüre ist auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.
Bitte werfen Sie die Broschüre nicht in den Restmüll.

