

## MOLKEREI-SPEZIAL

Perfekter Schutz von  
Lebensmitteln und  
Aroma!

Diese Ausgabe zeigt:  
Aluminiumfolie ist beim  
Verpacken von  
Milchprodukten erste Wahl.



## INHALT

- Deckel-Report
- Fakten über Alufolie
- Behälter-News
- Alu-Verbundkartons
- Neue Buttereinwickler
- Aktuelles aus dem Druckbereich



### Rückseite:

Allan Boyle von Nestlé:  
Aluverpackungshersteller  
sollten offensiver  
werben ....

[www.alufoil.org](http://www.alufoil.org)

Monatsrekord: über  
7.000 Web-Besucher

## Alufolie im Aufwärtstrend

Im ersten Halbjahr 2002 sank die Produktion von Aluminiumfolie in den 18 europäischen EAFA \*Mitgliedsländern im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zwar um 4% (2001: 390.000 t; 2002: 373.500 t). Gegenüber dem zweiten Halbjahr 2001 entwickelte sich der Markt jedoch mit einem Wachstum von 6% erfreulich.

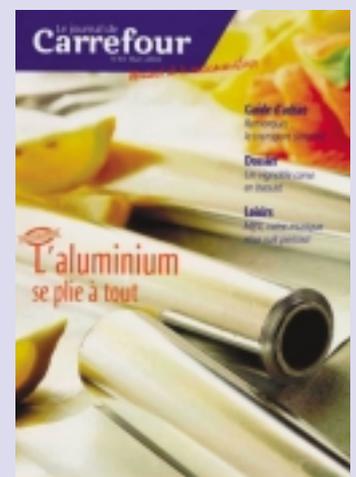
Die Rückgänge zum Vorjahreszeitraum sind ausschließlich auf Anwendungen mit dickeren Folien zurückzuführen, die vor allem für technische Produkte, wie z.B. Wärmetauscher, eingesetzt werden. Der Absatz dünnerer Alufolien, die im Wesentlichen für flexible Verpackungen genutzt werden, stabilisierte sich dagegen im ersten Halbjahr 2002 auf dem guten Vorjahresniveau.

EAFA Präsident Livio **Frigerio**: "Die Auftragsbücher der EAFA Folienwalzer für das dritte Quartal sind gut gefüllt und deuten auf einen anhaltenden Aufwärtstrend der Nachfrage hin. Deshalb bin ich überzeugt, dass 2002 insgesamt erneut ein positives Jahr für die Aluminiumfolie wird."

(\*EU + Schweiz, Tschechische Republik, Ungarn, Türkei)

## Carrefour informiert über Aluminium

Der größte europäische Einzelhandelskonzern Carrefour hat in einer der jüngsten Ausgaben seines Verbrauchermagazins „Le Journal de Carrefour“ ausführlich über den Packstoff Aluminium – Erzeugung, Funktion, Nutzen, Recycling - informiert.



# Deckel-Report

Auch der Markt für Alufoliendeckel ist von innovativen Entwicklungen geprägt:

## Immer leicht zu öffnen

Alucoat hat eine lackierte Alufolie für Deckel eingeführt, die sicherstellt, dass die Verpackung stets leicht zu öffnen ist. Hintergrund ist, dass sich die „Peel“-eigenschaften je nach thermischem Verfahren einstellen lassen.

## Leistungsfähiger Siegelverschluss für PET-Flaschen

VAW Flexible Packaging hat einen neuen abziehbaren Alufolienverbund für PET-Flaschen auf den Markt gebracht. Das neue Material mit Namen „Top-Peel“ basiert auf den Verschlüssen für HDPE-Flaschen, die für viele Molkereiprodukte wie Frisch- und H-Milch sowie Joghurt genutzt werden. Top-Peel wird auch der wachsenden Nachfrage nach leicht zu öffnenden „Unterwegs“-Produkten gerecht, die zum heutigen Lifestyle gehören.



## „Wiederverschließbarer“ Aludeckel

Eine Entwicklung der Teich AG: Dank der guten Verformbarkeit der Alufolie kann der leicht „überdimensionierte“ Deckel nach erstmaliger Öffnung wieder über den Rand des Behälters gefaltet werden. Frischer Rahm oder Flüssigsahne bleiben so geschützt, bis sie völlig aufgebraucht sind.



## Nutzerfreundliche versiegelbare Trinkpackungen

Eine weitere Produktneuheit von VAW Flexible Packaging ist ein Deckel für Flüssigprodukte mit Aufreißlasche. Er kombiniert einfache Handhabung mit der Barriereeigenschaft von Alufolie. Das „Kleckern“ beim Trinken aus einer großen Behälteröffnung ist damit Vergangenheit.



## Lob für glatte Deckel

Die von der Teich AG eingeführten glatten Molkereideckel haben den Markt für Milchprodukte stark verändert. Alfons Thumbach von der deutschen Molkerei Bauer dazu: „Wir konnten unseren Umsatz deutlich steigern, nachdem wir auf ungeprägte Deckel umgestiegen sind.“ Ulf Schöttl von der österreichischen Berglandmilch sagte: „Wir haben auf die neuen glatten Deckel umgestellt. Dadurch lassen sich die Becher einfacher und besser aufreißen.“

## Neue Werbemöglichkeiten durch beidseitig bedruckte Deckel

Hueck Folien hat die Lacke für glatte Alufoliendeckel so modifiziert, dass deren Innenseite mit Logos, Texten oder Signets bedruckt werden können. Ein



Beispiel dafür ist der hier gezeigte Deckel für eine französische Käsepackung, auf der der Markenname aufgedruckt ist.

## Wiederverschließbarer Becher für Kaffeesahne

Nicht für jedermann neu, aber besonders interessant ist die „Miram“-Kaffeesahne von Nordmilch, die in einem raffinierten, auf dem Kopf stehenden „Kännchen“ angeboten wird. Der Al/PE/Al-Verschluss ist wieder-verschließbar und lässt sich problemlos auf konventionellen Füll- und Verschließmaschinen verarbeiten. Die Maschinen können auch eingesetzt werden, um größere Becher abzufüllen, etwa für Schlagsahne oder Schmand; sie müssen dazu nicht wesentlich umgerüstet werden.



# Buttereinwickler

## „Schnittfester“ Buttereinwickler

Ein Paket Butter wird oft nicht auf einmal aufgebraucht. Zum Verwahren der angebrochenen Butterportion wird deshalb die Alu-Folienverpackung sinnvollerweise häufig erneut zum Einwickeln genutzt. Vom Anschneiden herrührende Risse im Einwickler können dabei nachteilig sein.

Elle & Vire aus Frankreich verpackt Butter neuerdings in einem, festen Alufolien/OPP-Verbund, dem Messerschnitte nichts anhaben können. Die angebrochene Butter kann mit dem unversehrten Alu-Folieneinwickler so besser davor geschützt werden, auszutrocknen und ranzig zu werden. Die Elle & Vire-Verpackung wurde von Pechiney Soplaril Flexible Europe entwickelt.



60 Prozent der 160.000 Tonnen Butter, die die Franzosen pro Jahr konsumieren, werden in Stangenform verpackt.

## Auftaufester Buttereinwickler

„ICE PROOF“ – der neue gefrier- und auftaubeständige Buttereinwickler von Haendler & Natermann vermeidet eine Delamination, die beim Auftauen von wachskaschierten Alu/Papier-Einwicklern auftreten kann. Die Neuheit von H&N



soll sogar billiger als ein PE-kaschierter Einwickler sein. ICE PROOF wird bereits von Molkereikunden in Frankreich und Irland eingesetzt.

## „Country Life“ nutzt Glanz von Alufolie

In britischen Supermärkten stehen Buttereinwickler aus Alufolie für Qualität. Für die Nummer 1 unter den englischen Buttermarken - Country Life - sind Aluverpackungen seit über 30 Jahren Teil ihrer Markenidentität. Trotz geplanter Designänderungen wird Country Life eines beibehalten - die Verwendung von Alufolie, die sich so lange schon als Zugpferd erweist. Beispiel von Alcan Packaging (Lawson Mardon Star Ltd.)



# Druck

## Problemlösungen für kleine Druckauflagen

Hueck Folien hat eine hitzebeständige Digitaldruckfarbe entwickelt, die frühere Probleme beim Siegeln von Aluminiumdeckelfolien ausräumt. Mit „HF Digitaldruck“ können bis zu sechs Farben gedruckt werden; die Losgrößen sind ab einem bis zu 100.000 Stück lieferbar. Dem häufig geäußerten Wunsch nach Kleinserien und Originalmaterial für Testverkäufe oder Werbefotos stehen keine Hürden mehr im Weg. Selbst kleine Hotels können für ihr Frühstücksbüfett eine eigene „Marke“ kreieren, ohne dass gleich hohe Kosten durch den konventionellen Druck entstehen.



Ferdinand Rogge, Verkaufsleiter der größten deutschen Molkerei Nordmilch, sieht im digitalen Druck einen großen Vorteil: „Der Alufoliendeckel bleibt



*unser Favorit für qualitativ hochwertige und verlässliche Milcherzeugnisse. Doch können wir mit dem Digitaldruck unsere Produkte nun flexibler vermarkten. Wir können*

*kleinere Mengen fahren, ohne dass dies gleich die Kosten hochtreibt. Kosten für Druckzylinder oder Flexodruckplatinen entfallen und die Aufträge lassen sich schneller abwickeln. Der Einsatz von Originalverpackungen bei Markttests für neue Produkte gibt uns eine größere Entscheidungssicherheit.“*

## Kostengünstige Alternative bei kleinen Auflagen

Auch EAFA-Mitglied VAW Flexible Packaging verhilft seinen Kunden zu kostengünstigen kleinen Druckauflagen bei hoher Qualität, indem es verschiedene Motive bzw. Etiketten in einer Gravur bzw. Druckauflage zusammenstellt. Der Einrichtungsaufwand verringert sich dadurch und kompensiert die Kosten der Druckplatinen.

Sind die verschiedenen Motive gedruckt, werden sie beim Ausstanzen sortiert und in ihren eigenen Magazinen gestapelt. Das Verfahren heißt Eco-Design-Mix® und eignet sich speziell für die Anforderungen der Milchwirtschaft.

# Behälter

## Die Erfolgsgeschichte von Ladhuie Dairy

Die Geschichte der französischen Ladhuie Dairy ist ein „Lehrbuch“-Beispiel dafür, wie innovatives Verpacken und kaufmännisches Gespür zu wirtschaftlichem Erfolg führen.

Wegen Problemen mit ihrem Rohmilchlieferanten hatte sich diese kleine Molkerei unter Enio Martin eine originelle



Produktkampagne vorgenommen und gemeinsam mit ihrem Verpackungslieferanten Ekco Emballages eine neue Produkt- und Verpackungsidee kreiert: eine die traditionelle Eiermilchkrem ergänzende Produktreihe in innovativen Alubechern mit glattem Rand nebst Alufoliendeckel. Die preisgekrönte „Verkaufsformel“ hat so den Absatz von 10 Mio. auf 100 Mio. Einheiten verzehnfacht. Die einstmals kleine Molkerei zählt mittlerweile zu den Großen im Geschäft und ist Teil des Besnier Lactalis-Konzerns. Ekco Emballages gehört heute zu Plus Pack - einem EAFA-Mitgliedsunternehmen.

## Neue Entwicklungen aus Spanien

Der Markt für Alufolienbehälter ist generell durch innovativen Schwung gekennzeichnet. Spanische Kunden der Alibérico Packaging-Tochter Palco lernen derzeit eine neue Generation glattwandiger Behälter kennen. Sie ähneln in Charakteristik und Leistung starren Behältern und werden in verschiedenen ansprechenden Farben angeboten.

## Relaunch von Tine-Käse in attraktiven Behältern

Ein weiteres Beispiel für neue Alufolienbehälter ist der Relaunch des Streichkäse-Sortiments der norwegischen Firma Tine. Dort entschied man sich



für einen von Plus Pack AS entworfenen Behälter mit ansprechender Alu-Aufreißfolie plus einem Klarsichtdeckel aus Kunststoff. Die Kunden sind vom neuen Design begeistert.

## Fakten über Alufolie: Warum Aluminiumfolie für Molkereiprodukte?

Aluminiumfolie ist prädestiniert für die Verpackung von Molkereiprodukten wie Milch, Jogurt, Käse, Sahne, Brotaufstrich und Butter. Seine steile Karriere verdankt es im Wesentlichen sieben Punkten:

□ **Barrierschutz:** Lebensmittel mit hohem Anteil an Pflanzenölen und Fetten verlieren schnell Nährwert und Aroma, wenn sie längere Zeit Licht ausgesetzt sind. Selbst dünnste Alufolie wirkt dem entgegen. Sie schützt zudem vor Austrocknung und Mikroorganismen.

□ **Mechanische Eigenschaften:** Alufolie ist leicht und doch fest – ideal, um stabile Behälter herzustellen. Sie lässt sich zudem formstabil falten, was sie für Einwickler und geprägte Designs interessant macht.

□ **Einfach zu kaschieren:** Alufolie verbessert die Eigenschaften anderer Packstoffe und spart Ressourcen, indem sie dünnere Verbunde ermöglicht.

□ **Dekorative Eigenschaften:** Die metallisch glänzende Oberfläche und die Eignung für alle Druckverfahren erlaubt hochwertige Designs mit starker Werbewirkung.

□ **Hygiene und Sicherheit:** Alufolie wird wegen der Wärmebehandlung bei hohen Temperaturen keimfrei beim Verpacker angeliefert.

□ **Umweltschutz:** Alufolie macht Lebensmittel länger haltbar und trägt so dazu bei, Ressourcen und Energie zu schonen. Sie lässt sich mit einem Bruchteil der zur Ersterzeugung des Metalls benötigten Energie immer wieder recyceln - ohne Qualitätseinbuße.

□ **Hitzebeständig und wärmeleitend:** Alufolie kann stark erhitzt werden ohne zu verformen oder zu schmelzen – optimal bei Sterilisierung und Heißversiegelung.

Mehr zu den Eigenschaften von Alufolie unter [www.alufoil.org/facts/properties.htm](http://www.alufoil.org/facts/properties.htm)

# Alu-Verbundkarton

## Innovative Verpackungen beflügeln Verkaufszahlen

SIG Kombiblock-Kartonverpackungen zeigen eindrucksvoll, welche Verkaufserfolge von Innovationen ausgehen können. Ihr neuer „Combifit“-Karton und „CombiTwist“-Verschluss wurden von der Bischofszell Nahrungsmittel AG für deren „Actilife“-Marke übernommen. Das Ergebnis: Der Verkauf stieg im ersten Quartal 2002 um 30% gegenüber dem Vorjahr.

Migros, die die exklusiven Marketingrechte für „Del Monte“-Säfte in der Schweiz hat, steht dem in nichts nach, seit die Säfte im neuen Verpackungsformat angeboten werden.

Der Combifit-Karton bietet viele Vorteile: Das ergonomische Design kombiniert Form mit Funktionalität und erfreut sich großer Aufmerksamkeit am „Point of Sale“. Außerdem garantiert die große schräge Öffnung zusammen mit dem CombiTwist-Verschluss ein kontrolliertes Eingießen.



## Alu-Verbundkartons „erste Sahne“

Elle & Vire, der Marktführer für H-Sahne in Frankreich, hat „Saveur Onctueuse“ auf den Markt gebracht - die erste Sahne mit nur 15% Fettgehalt, die dennoch den „vollen“ Geschmack bietet. Verpackt ist sie in einem 20-cl Tetra-Stream-Karton von Tetra Pak. Die Alufolie im Verbundkarton gewährleistet eine Haltbarkeit von vier Monaten. Die „Brick“-Form und das „Vichy“-Design garantieren maximale Aufmerksamkeit.



Der französische Markt für H-Sahne floriert: Das Verkaufsvolumen lag 2001 bei 150 Mio. Euro, die Wachstumsrate bei 13%. Kartons mit Alu-Sperrschicht dominieren den Markt zu 85%.

Neue Studie bestätigt:

## Französische Verbraucher schätzen Milch im Alu-Verbundkarton

Mehr als 2,5 Mrd. Liter H-Milch konsumieren die Franzosen jährlich, das ist ein Pro-Kopf-Verbrauch von rund 43 Litern. Verpackt ist die Milch im Verbundkarton, bei dem die Aluminium-



## Käseverpackungen halten Produkt und Marke frisch

Unser Foto zeigt: Alufolienverpackungen sind ein Blickfang im Kühlregal. Für viele Marken ist die bunt glänzende Alu-Verpackung unverzichtbarer Teil des Produktes und seines Genusses.

Sperrschicht nur fünf Prozent des Verpackungsgewichtes beträgt.

Die neue „Milch“-Studie des GfK-Instituts - in Frankreich für Tetra Pak durchgeführt - belegt, dass die Vorteile von aseptischen Kartonverpackungen vom Verbraucher anerkannt werden. Deren Urteil: einfach zu lagern (85%) und im Kühlschrank aufzubewahren (82%), guter Produktschutz (81%), umweltfreundlich (71%). Nach der Studie ist das Marktpotenzial von Kartonverpackungen noch längst nicht ausgeschöpft.



Studie Tetra Pak / GfK Sofema, « Marché du lait, étude Usage & Attitude ». Die Befragung wurde 2002 bei 441 H-Milch-Konsumenten durchgeführt. Weitere Infos zur Studie über [louise.chapdelaine@tetrapak.com](mailto:louise.chapdelaine@tetrapak.com)

## Web-News

[www.alufoil.org](http://www.alufoil.org)  
[www.alucontainers.org](http://www.alucontainers.org)

Monatsrekord: Mehr als 7.000 Besucher

(Ein Plus von über 40% zum Vorjahr)

Besucher aus 70 Ländern

Studie „Preisvolatilität“ aktualisiert

Neue Präsentationsmappe über Alufolie

Besuchen Sie die EAFA-Webseite für aktuelle Infos!

Von Seite 1:

## Nestlé-Manager fordert mehr Promotion für „exzellentes Verpackungsmaterial“



Auf der Interpack im April 2002 plädierte Allan Boyle dafür, Aluminium in der Verpackung stärker zu promoten.

Der bei Nestlé SA in Vevey für Design verantwortliche Manager sagte: „Der Wettbewerb unter den Packstoffen ist hart. Aluminium hat sehr gute Eigenschaften und die Hersteller sollten daraus noch mehr Kapital schlagen. Ich bin überzeugt, dass Aluminium von den Verbrauchern als modernes, effizientes und attraktives Verpackungsmaterial gesehen wird. Doch ich erkenne nicht, dass die Aluminiumbranche gegenüber Markenartiklern wie Nestlé hieraus bisher das Beste macht. Ich bin sicher, dass Aluminiumfolie mit der richtigen grafischen Anmutung zu einer hohen Markenidentität beitragen kann. Warum aber dringt die Alubranche nicht effektiver zum Verbraucher durch? Warum versucht sie nicht, die Markenbesitzer von einem „Alufolien“-Logo zu überzeugen – z. B. dort, wo die Barriere-eigenschaft und der besondere Schutz durch Aluminium die Wertigkeit des Produktes steigern?“