

Erfrischend Neues über Kaffee

Die steigenden Ansprüche an Geschmack und Qualität und auch der Wunsch nach einfacher Zubereitung von Kaffee hat zu einer Fülle neuer Sorten, Aromen und Verpackungsvarianten geführt. Die Angebotsvielfalt spiegelt sich unter anderem in milden, kräftigen, klassischen, entkoffeinierten und edlen Sorten wider. Zudem gibt es eine wachsende Nachfrage nach Produkten aus „Fairem Handel“.

Markenartikler und Einzelhandel bieten Kaffees für jede Gelegenheit und in jeder Packungsgröße: zum Frühstück, bei Kaffeepausen, nach dem Mittagessen; heiße und kalte Angebote für unterwegs sowie Kaffeespezialitäten fürs Büro und in der Gastronomie.

Doch damit nicht genug. Die Art der Zubereitung vom schnell löslichen Kaffee über Filter- und Espressomaschinen bis hin zu Kaffeevollautomaten und Einzeltassen-Portionssystemen lassen dem Verbraucher zahlreiche Wahlmöglichkeiten.

Der Wunsch des Konsumenten nach immer mehr Convenience hat zu zahlreichen Verpackungsinnovationen geführt, bei denen Alufolie eine zentrale Rolle spielt: etwa bei Easy-Open-Standbeuteln, Einzelportions-Sticks oder Pads für Kaffeemaschinen.

Auch soziale und ökologische Aspekte gewinnen an Bedeutung: So erobern Fairtrade-Artikel zunehmend Marktanteile. Recycling und Nachhaltigkeit beeinflussen ebenfalls das Kaufverhalten.

Im Kreis der Familie schmeckt eine Tasse Kaffee besonders gut.
Foto von Punchstock



INHALT

- **Setzen Sie sich in Szene:**
Die Alufoil Trophy 2004 rückt näher
(siehe Rückseite)
- Kaffeemarkt in Europa wächst und wächst
- Innovationen mit Alufolie
- Kaffeepads auf dem Vormarsch
- Fairtrade-Produkte immer beliebter



Anhaltend hohe Nachfrage nach Aluminiumfolien

Die gute Nachfrage des ersten Quartals hat sich fortgesetzt. Insgesamt konnten die Eafa Folienwalzer damit im ersten Halbjahr 422.000 t absetzen. Dies entspricht dem hohen Bedarfsniveau des Vorjahres.

Industrievertreter gehen davon aus, dass sich die enttäuschende Entwicklung im dritten Quartal des Vorjahres in 2004 nicht wiederholen wird. Vielmehr erwartet man für den Rest des Jahres 2004 eine weiterhin gute Nachfrage, so dass man im Vergleich zum Vorjahr insgesamt ein leichtes Wachstum erzielen dürfte.

Aktuelle statistische Angaben finden Sie unter www.alufoil.org.

Trink und genieß!

Dieser Kaffeestick wurde freundlicherweise von Alcan Packaging, Sarrebourg, Frankreich zur Verfügung gestellt.

Die leicht zu öffnende Packung besteht aus einem Verbund aus 12 µm PET, 9 µm Alufolie und 50 µm PE. Die Alu-Sperrschicht garantiert eine Haltbarkeit von mindestens zwei Jahren ohne Kühlung.



Neues und Innovatives

TOLLE VERLOCKUNGEN

Um den Briten Premium-Schnellkaffees noch schmackhafter zu machen und die Lücke zwischen löslichem und Filterkaffee zu schließen, bietet Nescafé seine Kenjara-, Alta Rica- und Cap Colombie-Sorten in einer verkaufsfördernden Rabattaktion in Stick-Packungen an.

Derzeit kaufen rund 29 % der Briten Premium-Schnellkaffees, weil sie Qualität und Aroma ohne lange Zubereitungszeit wünschen. Viele Kaffeeanbieter machen sich das zunutze.

Nescafé etwa nutzt die TearStick-Packungen von Amcor Flexibles, weil sie sich einfach aufreißen lassen, einen hohen Barrierschutz aufweisen und über eine große Werbefläche verfügen. Außerdem schätzt Nescafé an den TearSticks, dass sie eine hohe Akzeptanz beim Verbraucher genießen.

Die Verbundpackung besteht aus PET, Alufolie, PE. Die patentierte Easy-Open-Technologie von Amcor Flexibles erleichtert das einfache, g e r a d e Aufreißen der Packung.

Nescafé verwendet zudem Alufolienbeutel für Einzeltassenportionen im Hotel- und Gaststättengewerbe sowie für Kaffeeautomaten.



Crème de la Crème

Für viele wird eine Tasse Kaffee erst mit Milch oder Sahne zum perfekten Genuss. Die belgische Friesland Drinks von der Friesland Cobercos (*der Konzern firmiert ab 2005 als Royal Friesland Foods*) verwendet Alufolienbehälter und -deckel als ideales Material für Milch, die bei 120 °C sterilisiert wird.

Die Alufolienbehälter von Plus Pack werden für gehobene Kaffeehäuser und Restaurants angeboten. Es gibt sie in Größen von neun und 15 Gramm mit einem 50-µm-Aufreißdeckel. Die Deckel werden im Rotationstiefdruck in bis zu acht Farben bedruckt, um die Exklusivität der Produkte zu unterstreichen.

Für Teeliebhaber

Eine einfach zu öffnende peelbare Alufolienmembran verschließt diese außergewöhnliche Verpackung für eine Reihe von 50 exotischen Tees der Tetley-Gruppe. Nachdem eine Serie von 23 Tees erfolgreich in Kanada war, kommt nun die Markteinführung in Großbritannien und den USA.



Mit einem Inhalt von 20 Teebeuteln nutzt die Verpackung die Barriereigenschaften der Alufolie und bietet zusätzliche Differenzierung am Point-of-Sale zu den üblicherweise in Karton verpackten Tees. Die feste Konstruktion der Dose ermöglicht außerdem die weitere Verwendung zur Vorratsdose. Hergestellt wird der folienkaschierte Pappbehälter von Sonoco aus Manchester.

Cool bleiben

Wer stressgeplagt ist und unter Termindruck steht, schätzt Kaffee zum Mitnehmen. Im Sommer sind aber auch kalte Kaffeegetränke vom Coffee-Shop eine köstliche Erfrischung. Besonders



praktisch: Die Becher der Lifestyle-Marke Caffè Latte von Emmi. Die aufgesiegelten Alufolienendeckel im 7-Farben-Tiefdruck kommen von Nyco Flexible Packaging.

ZAHLEN UND FAKTEN

Wie das britische Marktforschungsinstitut Mintel ermittelte, wurden im vergangenen Jahr 243 neue Kaffeegetränke in Deutschland, Frankreich, UK, Italien und Spanien auf den Markt gebracht. Demnach gibt es einen beträchtlichen Anstieg bei neuen Kaffeesorten.

- Mehr als 80 % der Briten, Deutschen, Franzosen, Italiener und Spanier trinken Kaffee.
- Frisch gemahlener Kaffee ist in Deutschland am beliebtesten. Rund 62 % der Deutschen trinken ausschließlich Filterkaffee und lehnen löslichen Bohnenkaffee strikt ab.
- Bei den Briten ist Tee nach wie vor das beliebteste Heißgetränk. Nur 3 % der Erwachsenen trinken Filterkaffee.

- 44 % der Briten trinken löslichen Kaffee; in Deutschland sind es nur 6 %, in Frankreich 11 % und in Spanien 18 %.
- Filterkaffee wird von 40 % der Franzosen und 32 % der Spanier getrunken.
- Deutschland ist wertmäßig mit 38 % der größte Kaffeemarkt in Europa.
- Im vergangenen Jahr gab jeder Deutsche durchschnittlich 31,45 Euro für Kaffee aus. Die Spanier gaben mit 12,33 Euro am wenigsten aus. Der europäische Durchschnitt lag bei 22,76 Euro.

Kaffee – ein paneuropäischer Überblick – Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien.
www.reports.mintel.com

Heiße Sache

Eine neue Technologie für selbsterhitzende Behälter, bei denen Alufolie eine Rolle spielt, soll Ende des Jahres in Europa und den USA auf den Markt kommen. OnTech und Sonoco, einer der weltweit größten Verpackungskonzerne, haben ein innovatives System entwickelt, das mit einer manipulationssicheren Alufolienversiegelung versehen ist.



Der Behälter eignet sich für Kaffeegetränke, aber auch für Suppen. Er besteht im Zentrum aus einem mit zermahlenem Kalkstein (Kalziumoxid) gefüllten Konus, der vom Behälterkörper mit dem Getränk umschlossen ist. Eine Scheibe enthält Wasser und ist mit einer Membran aus Alufolie abgedichtet. Alle Komponenten bestehen aus FDA-geprüften Materialien.

Zum Trinken zieht man die Folie am Boden des Behälters ab und drückt den Deckel fest herunter. Dadurch kommt das Wasser mit dem Kalziumoxid in Berührung, so dass Wärme freigesetzt wird, die wiederum das Getränk erhitzt. Sobald sich ein farbiger „Temperaturpunkt“ am Behälter von Pink zu Weiß verfärbt, ist die gewünschte Trinktemperatur erreicht.

Kaffeebeutel zum Aufgießen



Jeder einzelne der speziellen Cafusa-Aufgussbeutel von Molins für den Einzeltassenbedarf ist in einem Alufolienverbund aus PE, Alufolie und PET verpackt. Dadurch bleibt der Café Express für mild geröstete und entkoffeinierte Sorten der britischen Finlay Beverages Ltd. lange frisch. Der Kaffeebeutel ist mit Stickstoffgas gespült und neun Monate lang haltbar.

Nespresso – Erster unter Gleichen

Für die Hersteller von Kaffeepadmaschinen laufen die Geschäfte gut. Es gibt eine riesige Auswahl von Systemen auf dem Markt. Erster unter Gleichen ist Nespresso®, ein spezielles System für Kaffeekapseln – mit einer von Nestlé patentierten Technologie für den Aufguss.

Gemeinsam mit dem Zulieferer Alupak entwickelt, bewahren die Nespresso Alufolienkapseln und -membranen perfekt das Aroma. Zudem wird das Mahlen und Dosieren überflüssig; außerdem ist Schluss mit verschwendetem Kaffee. Je nach Kaffeesorte unterscheiden sich die Kapseln farblich – ein kreatives Beispiel dafür, wie sich Alufolienbehälter für



neue Trends bei der Kaffeezubereitung nutzen lassen.

Die Kapseln sind vollständig wiederverwertbar. Untersuchungen von Nespresso belegen die Umweltfreundlichkeit der Verpackung.



Nespresso ist eines der am schnellsten wachsenden Geschäftsfelder des Nestlé-Konzerns. Die Produkte werden in mehr als 42 Ländern in Europa, Asien, der Karibik und im Mittleren Osten verkauft.

PAD-NEWS



Kaffeespezialitäten in Einzeltassenportionen sind längst keine Domäne von Coffee-Shops mehr. Die neuesten Trends bei Kaffeeautomaten drehen sich vor allem um Pads für Einzelpotionen. In Europa beliefert die Wipf AG zahlreiche Firmen mit Easy-Open-Standbeuteln aus einem PET/Alufolie/PE-Verbund für Kaffeepads: zum Beispiel für die Marken Cora und IDEE-Kaffee von Darbovens. Wipf stellt auch einfach zu öffnende Einzelverpackungen aus Verbundmaterial für Mövenpick- und Seumeuse-Kaffeepads her.



Neues und Innovatives



Belohnung für Aluverbund-Standbeutel

Der leicht zu öffnende und wieder-verschließbare Aluverbund-Standbeutel der finnischen Amcor Flexibles Kauttua wurden mit dem WorldStar* ausgezeichnet. Die Beutel werden für die Presidentti-Marke des Kaffeeverzeugers Gustav Paulig hergestellt. Sie bestehen aus einem Aufreißverbund aus 15 µm OPA, 7 µm Alufolie und 100 µm LDPE. Bedruckt werden sie im 8-Farben-Tiefdruck.

**Der WorldStar wird von der World Packaging Organization nur an Verpackungen vergeben, die in einem nationalen Wettbewerb erfolgreich waren.*

Garantiert frisch

Die Anwendung der „Ventiltechnik“ bei Kaffeebeuteln ist altbekannt, führt gelegentlich aber zu einer langsameren Verarbeitung. Bei Bohnenkaffee ist diese Technik jedoch unverzichtbar für eine gasdichte Verpackung.

Die ultraschallgeschweißte Wicovalve der Wipf AG lässt auch hohe Geschwindigkeiten zu. Vorteilhaft ist zudem, dass die Verpackung aus steifem Polyethylen besteht. Es verhindert das Verbiegen, wenn es in Alufolienverbunde integriert wird. Eine Verformung der Ventile, durch die Sauerstoff in die Verpackung gelangen kann, wird ebenfalls ausgeschlossen.

Wicovalve eignet sich für vorgefertigte Beutel mit Seitenfalte und für Standbeutel. Die Versiegelung erfolgt während des Verpackens auf automatischen Formfüllmaschinen. Mit einem Spezialfilter kann Wicovalve auch für Filterkaffee verwendet werden. Voraussetzung ist, dass die Packung nach dem Absaugen der Luft erneut gasgespült wird.



Tchibo „Feine Milde“ verwendet eine Alufolienverbundpackung der Wipf AG mit Wicovalve.



Einfach vom Feinsten

Der Aluthen-Folienverbund von Wipak wird für die Kaffeespezialität Prodomo aus dem Hause Dallmayr verwendet. Das Besondere am Aluthen-Verbund ist eine leicht abziehbare Schicht. Die Vakuumverpackung ist absolut gas- und aromadicht und auch durchschlagfest. Wipak produziert außerdem verschiedene MAP-Fließpackungen für Kaffee von Azul und J.J. Darboven.

Alufoil Trophy 2004: Setzen Sie sich in Szene!

Nutzen Sie die Gelegenheit im Rampenlicht zu stehen. Haben Sie eine innovative, verbraucherfreundliche, unter Produkt- und Umweltaspekten herausragende neue Verpackung? Dann nehmen Sie an der Alufoil Trophy 2004 teil. Anmeldeschluss ist der 30. November 2004. Details finden Sie unter www.alufoil.org.

Besuchen Sie die EAFA auf der Interpack 2005

EAFA präsentiert sich auf der Interpack 2005. Sprechen Sie mit uns über alles rund um die Alufolie, ihre Märkte und Anwendungen. Die Interpack findet vom 21. bis 27. April 2005 auf dem Düsseldorfer Messegelände statt. Während der Ausstellung werden die Gewinner der Alufoil Trophy 2004 präsentiert.

30 Jahre Fortschritt

EAFA feiert auf der Mitgliederversammlung im Oktober 2004 ihr 30-jähriges Jubiläum. Seit der Gründung ist die EAFA kontinuierlich gewachsen. Mittlerweile wird der Verband von mehr als 100 Mitgliedern aus 22 europäischen Ländern getragen.

Der EAFA-Service für die Mitgliedsfirmen umfasst statistische Informationen, Marktuntersuchungen, allgemeine PR sowie die generelle Interessenvertretung der Alufolienhersteller und -veredler.



Nachhaltige Entwicklung

FÜR „FAIREN“ TEE UND KAFFEE

Unter den Bio-Produkten von Fairtrade nehmen Tees und Kaffees eine herausragende Stellung ein. „Fairtrade-Produkte sind ein mehrere hundert Millionen, wenn nicht sogar ein Milliarden Dollar schwerer Markt und gehören zu den am schnellsten wachsenden Segmenten in der Lebensmittelbranche“, so Martin Raine, Leiter der Abteilung für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung bei der Weltbank und zuständig für Lateinamerika und die Karibik.

Tees und Kaffees von Fairtrade verkaufen sich besonders gut in Großbritannien. Fairtrade hat hier einen Anteil von 18 % am Markt für Röst- und Mahlkaffee und von mehr als 3 % am gesamten Kaffeeabsatz. Von 2000 bis 2003 legte der Einzelhandelswert von Fairtrade-Kaffee um 121 %, der von Tee um 86 % zu.

2003 verkaufte Fairtrade in Frankreich Waren im Wert von 40 Millionen Euro. Davon waren 62 % Kaffeeprodukte, so die britische Leatherhead Food International.

Verpackungen spielen beim Erobern von Marktanteilen eine wichtige Rolle. In Großbritannien konnten durch neue Verpackungsdesigns 28 % mehr Fairtrade-Tees der Marke Cafedirect verkauft werden. Ein Alufolienbeutel wurde der Sperrschicht wegen gewählt und auch, um die Exklusivität der Marke zu unterstreichen.

Percol verwendet eine speziell gestaltete Teedose für Produkte aus fairem Handel. Der nach unten verjüngte SonoWrap-Behälter von Sonoco ist mit einer peelbaren Alufolie versiegelt. Es handelt sich um die erste Verpackung dieses Art im britischen Einzelhandel.



Brian Chapman, Managing Director der Food Brands-Gruppe: „Die Alufolien-Membran siegelt die Frische ein, während das einmalige Dosendesign ein stilvolles Accessoire für jede Küche ist.“



Mehr Informationen über Alufolie gewünscht?

Besuchen Sie www.alufoil.org. Sie erfahren hier alles über die EAFA-Mitglieder, können Geschäftsanfragen tätigen und aktuelle Informationen über Alufolie, ihre Anwendungen und die Branche abrufen.

**European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5 D – 40474 Düsseldorf**

Telephone: +49 (0)211 4796 150

Fax: +49 (0)211 4796 408

Email: enquiries@alufoil.org

— — — — — **LINIE ZUM FALTEN – BITTE NICHT ABTRENKEN** — — — — —

**European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5
D - 40474 Düsseldorf**

Antwort-Fax an EAFA

+49 (0)211 4796 408

Bitte benutzen Sie diesen Coupon für Adressänderungen oder um ein eigenes Infoil-Exemplar anzufordern.



Bitte deutlich lesbar schreiben
und den Coupon vollständig ausfüllen

Korrektur Empfänger bzw. Adresse haben sich geändert. Bitte korrigieren in:	<input type="checkbox"/>	Ergänzung Ich möchte Infoil erhalten:	<input type="checkbox"/>
Titel		Vorname	
.....		
Nachname			
.....			
Beruf / Funktion			
.....			
Firma / Organisation			
.....			
Adresse: Straße, Hausnummer, Postfach			
.....			
Bezirk			
.....			
Postleitzahl, Stadt			
.....			
Land			
.....			
Telefon		Fax	
.....		
E-mail			
.....			
Branche/Organisation (z. B. Lebensmittelhersteller, Einzelhandelskette, Tabakwaren, Folien-Veredler, Designer, Behörde, Hochschule, Forschung, Medien)			
.....			
Präferierte Sprache:			
<input type="checkbox"/> Englisch	<input type="checkbox"/> Französisch	<input type="checkbox"/> Deutsch	<input type="checkbox"/> Spanisch <input type="checkbox"/> Italienisch