

Alufolie und Recart beleben Einzelhandel

ALUFOLIE nimmt eine Schlüsselrolle bei Tetra Recart ein. Diese Verpackung von Tetra Pak eignet sich besonders für die Abfüllung von Nassfertigprodukten und ist eine interessante Alternative zu Konservendosen.

Aluminium sorgt bei Tetra Recart für perfekten Schutz gegen Sauerstoff und Licht und trägt so zu einer

Lagerfähigkeit von 24 Monaten bei. "Dies ist extrem

wichtig, da Dosen die Messlatte für uns sind", sagte Erik

Lindroth, Business Development Director bei Tetra

Recart AB. "Aluminium ist auch wegen der

Heißversiegelung unserer Packungen notwendig.

Ohne Alufolie wäre eine Abfüllleistung von 24.000 Packungen pro Stunde nur

schwer zu erreichen", ergänzte er. Tetra Recart hat inzwischen international vier Abfülllinien in Betrieb. Die jüngste produziert für Sainsbury's in England. Die Handelskette vertreibt seit Ende 2004 u. a. vier Sorten gehackter Tomaten in Tetra Recarts.

Die erste Tetra Recart-Anlage zur Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus.

Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

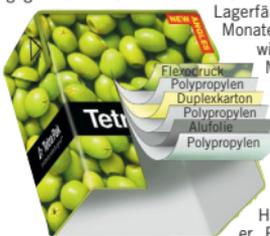
Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.



Flexodruck
Polypropylen
Duplexkarton
Polypropylen
Alufolie
Polypropylen

Messlatte für uns sind", sagte Erik Lindroth, Business Development Director bei Tetra Recart AB.

"Aluminium ist auch wegen der Heißversiegelung unserer Packungen notwendig.

Ohne Alufolie wäre eine Abfüllleistung von 24.000 Packungen pro Stunde nur schwer zu erreichen", ergänzte er.

Tetra Recart hat inzwischen international vier Abfülllinien in Betrieb. Die jüngste produziert für Sainsbury's in England. Die Handelskette vertreibt seit Ende 2004 u. a. vier Sorten gehackter Tomaten in Tetra Recarts.

Die erste Tetra Recart-Anlage zur Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus.

Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Die Heißabfüllung betreibt der Sainsbury's-Verpacker Columbus. Dabei werden die Tomatenprodukte nicht mehr vollständig sterilisiert, sondern bei niedrigeren Temperaturen pasteurisiert. Dies führt zur exzellenten Produktqualität.

Anlässlich der Markteinführung sagte der Sainsbury's-Einkaufsmanager für Konservennahrung, Les Rowse: "Tetra Recart Packungen brauchen keinen Dosenöffner und lassen sich besser im Regal und Kühlschrank unterbringen. Aber der wichtigste Vorteil ist, dass Tomaten aus diesen Verpackungen einfach besser schmecken."

Lindroth erklärte: "Mit Tetra Recart bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, Produkte und Marken, die nicht mehr so gut laufen, durch eine attraktive, innovative Verpackung zu revitalisieren."

Auf anderen Anlagen werden Bonduelle-Gemüse in Frankreich, Stag-Fertiggerichte von Hormel Foods in den USA und Del Fuerte-Gemüse in Mexiko abgefüllt. Weitere Kunden befinden sich in unterschiedlichen Stadien der

Produkteinführung.



Fortsetzung Seite 2

INHALT

Gesundheit & Wellness 2-3

Die Sieger der Alufoil Trophy 2005 4-5

Der favorisierte Packstoff bezüglich der Nachhaltigkeit 6

Japan's innovative Leistungsfähigkeit 6

30 Jahre Verpackungsentwicklung 7

News und Statistiken 8



Bleib cool auf der Interpack

Besuchen Sie die EFAA in Halle 11, Stand D11

Für frischen Atem auf der Interpack – der Kaugummi-Blisterpäckchen ist aus einer 20 µm Alufolie von mfc aluminiumfolie merseburg hergestellt. Der Blisterpäckchen wird von Hueck Folien produziert und bedruckt. Dabei wird ein hitzebeständiger Lack mit einer PVC/PVAc Co-polymer-Grundierung und Heißsiegelbeschichtung verwendet.

alufoil
for
freshness

Sugarfree
Spearmint
Chewing Gum

Alufolie führend bei Frische und Gesundheit

Die Schlagworte im europäischen Lebensmittelmarkt sind Convenience, Snacks, Gesundheit und Wohlbefinden, verbunden mit dem Wunsch nach dem besonderen Genuss.

Der Wellness-Trend ist geprägt vom Interesse an Themen rund um das gesundheitliche Wohlbefinden und gesundheitsbewusste Ernährung, von Themen über eine alternde Bevölkerung bei steigender Lebenserwartung, über den aktiveren Lebensstil der Menschen und über Verbraucher, die generell gesundheitsbewusster leben.

In diesem Kontext kursieren zahlreiche Begriffe. Die häufigsten sind:

- Funktionelle Lebensmittel – also solche, die mit Vitaminen und Mineralien angereichert sind
 - Nutraceuticals – also Lebensmittel, die mit heilpflanzenförmigen oder arzneilichen Inhaltsstoffen angereichert sind
 - Health – also alles, was fettarm, fettfrei, arm an Kohlenhydraten, Salz und Zucker ist und nicht dick macht.
- Laut Aroq Limited (www.just-food.com) umfasst der globale Markt für funktionelle Lebensmittel 7 bis 63 Mrd. US-Dollar je nach Quelle und Abgrenzung. Bis 2010 soll dieser Markt auf 167 Mrd. US-Dollar anwachsen, das wären fünf Prozent



Professor Felix Escher

der gesamten Ausgaben für Lebensmittel in der entwickelten Welt.

Zu den zentralen Aufgaben von Verpackungen im Gesundheits- und Wohlfühlmarkt gehört es, den Nährwert und die medizinische Wirkung von Produkten zu bewahren. Alufolie ist dazu hervorragend geeignet. Zu den Vorreitern für Nutraceuticals zählt die japanische Yakult Honsha. Der von ihr ausgelagerte Trend wurde von Unternehmen wie Danone (Actimel), Zen, Danacol) und Unilever (Benecol) aufgegriffen. All diese Produkte nutzen Alufolie als Deckel und beide, Produkt und Folie, profitieren vom Marktwachstum.

„Alufolie spielt eine zentrale Rolle in der zeitgemäßen Verpackung von Lebensmitteln. Sie eignet sich aufgrund ihrer mechanischen, physikalischen und chemischen Eigenschaften

– nehmen wir nur die Barrierewirkung, Formstabilität und Geschmacksneutralität – besonders gut für Gesundheitsprodukte“, so Professor Felix Escher vom Institut für Lebensmittel und Ernährungswissenschaft an der ETH Zürich.

Weitere wichtige Eigenschaften von Alufolie: Sie ist

- leicht und doch fest
- gut formbar – auch für komplexe Produkte
- korrosions- und wärmebeständig
- ein guter Wärme- und Stromleiter
- ohne Qualitätsverlust wiederverwertbar.

All diese Eigenschaften machen sie zu einem wertvollen Material für den Gesundheits- und Wellness-Sektor. Der Anwendungsbereich umfasst aseptische Kartonverpackungen, Beutel, Einwickler, Flaschenkapseln, Blister, Laminatnubben, Deckel, Schalen und Behälter.



Foliendeckel zum Verschließen

Deckel aus Aluverbundfolien sind unschlagbar, wenn es um den Schutz von Margarine und Milchprodukten wie Desserts und Joghurts geht.

Aluverbundfolien von Alcan Packaging werden für eine Vielzahl von Produkten im Markt für gesunde Lebensmittel eingesetzt: zum Beispiel für Deli Reform Activer Margarine, Actimel Danone, Müller Froop und fettarmen Joghurt der Marke Zott Joghöl.

Fortsetzung von Seite 1

2003 setzte Bonduelle Tetra Recart erstmals für Bohnen im italienischen Markt ein. Dank der ausgezeichneten Produktqualität (so gut wie hausgemacht) und des praktischen Verpackungsformats konnte Bonduelle seinen Marktanteil in Italien steigern. Anschließend wurde



die Verpackung in Deutschland, Österreich, Schweiz, Benelux und Frankreich eingeführt.

2002 wurde Tetra Recart mit der Alufol Trophäe der EAFA ausgezeichnet – als weltweit erste sterilisierbare Aluverbund-Kartonverpackung für Lebensmittel. Sie eignet sich im Prinzip für alle Lebensmittel, die in Dosen oder Gläsern verpackt werden. Laut Tetra Pack bieten Recarts eine echte Alternative mit klaren Pluspunkten. „Die Vorteile lassen sich in fünf Worten zusammenfassen: praktisch, sicher, effizient, kostengünstig und innovativ“, so Lindner.

Das erklärte Ziel von Tetra Pack ist es, die Kunden vor allem in der Entwicklung von Produktkonzepten zu unterstützen, die zur jeweiligen Verpackung und zum Marktsegment passen.

Beutel für gesunde Lebensmittel



Kartonverpackungen im Wellness-Trend

Aseptische Kartonverpackungen für Suppen, Säfte und Milchprodukte sind längst etabliert. Immer öfter werden sie aber auch für „Wellness“-Produkte eingesetzt. Die führende Marke auf dem französischen Milchmarkt, Candia, verwendet für ihre Bio-Milchprodukte zum Beispiel 1-Liter-Packungen der SIG Comobilco.

Alufolie spielt bei diesen Packs eine zentrale Rolle. Denn Produkte, die reich an Vitaminen und Mineralien und frei von Konservierungsstoffen sind, benötigen einen absoluten Barrierschutz gegen äußere Einflüsse wie Licht und Luft. Genau diese Schutzfunktion übernimmt Alufolie in den aseptischen Kartonverbundpackungen.

Das Kleinformat combiFitSmall mit dem leicht zu öffnenden combiTwist-Schraubverschluss wird zum Beispiel für Actilife „Healthy Plus“, eine der Handelsmarken von Migros, genutzt. CombiFit-Kartons werden zudem für viele weitere Produkte verwendet: unter anderem für Wellness-Drinks der deutschen Pro Health Vital Drink GmbH, die unter dem Slogan „Fit for Fun“ vermarktet werden, und für Erasco-Gemüsesuppen von Campbell's Germany.



Aluverbundbeutel von Huhtamaki Ronsberg stehen für Frische und gesunde Ernährung. Verwendet werden sie für so unterschiedliche Produkte wie Andros Fruchtsnacks, Knorr active Suppen und Tierfutter von IAMS.

Die Beutelpackung für Andros wurden entwickelt, um Kinder für gesunde Zwischenmahlzeiten zu begeistern. Die 100-Gramm-Beutel sind 6-farbig bedruckt und mit einer manipulations sicheren Tülle versehen. Die PET/ALU/OPA/PE-Beutel bieten maximale Barriere und werden unter Verwendung von Form-Fill-Seal-Maschinen heiß abgefüllt.

Knorr active Trockensuppen enthalten pro Portion 30% des täglichen Bedarfs an Vitamin B, C und E, außerdem Ballaststoffe. Sie werden in Portionsbeuteln aus einem Papier/ALU/PE-Verbund vermarktet.

Auch für Haustiere werden hoch-

ertige Ernährungsprodukte angeboten – z. B. im sterilisierfähigen PET/ALU/PP-Standbeutel von IAMS für ihr „Select Bites“ Sortiment und für „Choice“ Futter von Nutro.



Gesunder Joghurt

Die gesundheitsfördernden Eigenschaften der Aloe Vera werden in den neuen Aloe Sensitive Joghurts und Drinks vermarktet. Die Produkte haben einen Fettgehalt von nur 1,1% und enthalten 15 bzw. 25 Gramm Aloe Vera.

Die Joghurts sind mit einem Alufolienendeckel (38 µm) ausgestattet, der mit PS lackiert ist und von Nyco Flexible Packaging im 4- und 5-Farbtiefdruck bedruckt wird.

Der Cap Steril genannte Deckel für die Aloe Drinks besteht aus einer 50 µm dünnen Aluverbundfolie mit einer PET-Schicht von 12 µm.

Der Deckel ist zweifarbig bedruckt.



Power Drinks für sportlich Aktive

Caps Power und Caps Energy, die neuen Trinkpacks von Capri Sonne, stehen für Convenience, Vergnügen, Genuss und Gesundheit.

Die flexiblen Beutel zeichnen sich durch ein peppiges Design aus und sind obendrein wiederverschließbar. Das Material liefert Alcan Packaging

Italia und besteht aus einem PE/ALU/PET-Verbund.

Ein 6-Farb-Tiefdruck sorgt für brillante Präsenz am Point-of-Sale. Das isotonische Getränk enthält das leistungsfördernde Vitamin L-Carnitin sowie Taurin, Guarana und Coffein.



Chocolat PAVOT in Alufolie edel verpackt

Alcan Packaging Singen wurde für einen anspruchsvollen hauchdünnen Einwickler für Chocolat Pavot von Storck ausgezeichnet. Die erlesene Komposition aus Marc de Champagne Creme in Edelschokolade mit einer Spur von wildem Mohn wurde für das 100-jährige Jubiläum des Süßwarenherstellers entwickelt. Jedes einzelne Konfekt ist in Alufolie mit einem roten Papiereinwickler umhüllt, der sich wie die Blütenblätter einer Mohnblume entfalten lässt. Chocolat Pavot wird in einer achtseitigen Auffaltbox angeboten, die auch als dekorative Konfektschale dient.

"Dies ist eine wirklich emotional ansprechende Verpackung, die ausgezeichnet zu dem feinen Schokoladenkonfekt passt", sagte Professor Büren.

Auf die mit einem speziellen Schutzack beschichtete Folie wurde das Logo von Chocolat Pavot geprägt. Die Alufolie wird von Alcan Packaging Singen in 10-cm-Coils geliefert, dann mit dem Papier kombiniert und zugeschnitten.

"Cooler" Lifestyle

Der mikrowellen-geeignete Alubehälter mit Easy-Peel-Verschluss von der Impress Gruppe wurde von der Jury ausgezeichnet, weil er "exakt den heutigen Lifestyle trifft." Die deutsche Dreistern-Konserven GmbH nutzt diese Packung für ihre sechs Hot&Cool-Fertiggerichte. Mit diesem



Angebot werden Alufolienverpackungen auf neue Kosumentengruppen ausgedehnt.

Die Behälter kommen komplett mit dem Kunststoffdeckel in die Mikrowelle, die Packung mit integrierter Gabel bietet so ein schnelles und schmackhaftes Menü. Professor Büren dazu: "Die Produkte werden in einem attraktiven Format angeboten und eignen sich zum Verzehr zu Hause, im Büro oder wo immer eine Mikrowelle zur Hand ist."

Die Schale wird von Impress in Moelan, Frankreich, hergestellt. Ein 6-Farbdruck sorgt für ins Auge springende Präsenz in den Supermarktregalen. Der Easy-Peel-Verschluss, ebenfalls in einem hochwertigen 6-Farbdruck, wird von Impress in Cuxhaven geliefert. Dreistern-Konserven wurde bei der Inbetriebnahme der Säum- und Sterilisieranlagen vom technischen Serviceteam von Impress unterstützt, was die zügige Markteinführung der Produktpalette begünstigte.

Dieses Projekt zeige eindrucksvoll, wie das hohe Know-how in der Impress Gruppe genutzt wird, um integrierte Verpackungslösungen zum Vorteil des Kunden zu schaffen, heißt es aus dem Unternehmen.

Für innovative Lösungen

Innovation, Schutz, Verbraucherfreundlichkeit und Nachhaltigkeit sind die zentralen Stärken der fünf Verpackungssieger der Alufoil Trophy 2005. Prämiert wurden Verpackungen quer durch eine Vielzahl von Produkten, bei denen Alufolie eine Schlüsselrolle spielt.

"Die verliehenen Auszeichnungen unterstreichen, dass Alufolie, obwohl seit langem etabliert, für moderne Verpackungslösungen wichtiger denn je ist", kommentierte Professor Ingo Büren von der Universität Stuttgart die Preisvergabe. "In der Tat sind einige Verpackungen ohne Alufolie gar nicht denkbar."

Eine unabhängige Jury begutachtete die 25 eingesandten Verpackungen und zeigte sich vom hohen Standard beeindruckt.

Standbeutel, die aus der Masse herausragen

Huhtamaki Ronsberg erhielt die Alufoil Trophy für einen Standbeutel, der Knorr Creamy Parsley Sauce der Unilever Bestfood verpackt. Der Beutel ist ein PET/ALU/OPA/PP-Verbund, der hervorragenden Produktschutz bietet und ein Eyecatcher ist.

Er zeichnet sich durch eine glattere Oberfläche aus. Die sterilisierbare Mattlackierung bietet beste optische Eigenschaften. Für das hochwertige Druckbild sorgt ein 6-Farb-Tiefdruck.

Für die Jury belegen die technischen und dekorativen Eigenschaften der Packung, dass die Standbeuteltechnologie weiter vorgeschritten ist. Huhtamaki Ronsberg entwickelt Standbeutelverbunde seit vielen Jahren.

Das Unternehmen hat wesentlich dazu beigetragen, dass die heutigen Beutel ein hochwertiges Design ermöglichen und eine optimale Barriere, hohe Durchlagfestigkeit, Sterilisierfähigkeit und bequemes Handling bieten.



Nanotechnologie für kurze Bratzeiten

Ein produkttechnisches Highlight ist der von Hueck Folien und Confesco Frischhalteprodukte gemeinsam eingereichte Trophy-Sieger Quick Alu.

Dabei handelt es sich um eine außenseitig schwarz-beschichtete Alufolie, die bei den Produkten Toppits Fix-Grill (Grillschalen) und Fix-Brat Alu (Haushaltsfolie) eingesetzt wird.

Die Schwarz-Beschichtung wurde mit Hilfe der Nanotechnologie gebracht, so dass sich Lebensmittel schneller erhitzen lassen – für die Jury eine sehr innovative Lösung.

Dank der beschichteten Alufolie bleibt der Braten außen knusprig, innen dagegen saftig. Außerdem entfällt das aufwändige Reinigen der Bratpfanne und der Ofen bleibt sauber. Normale Alufolie reflektiert



Quick Alu – der gemeinsame Trophy-Sieger von Hueck Folien und Confesco

Ofenhitze zu über 90 Prozent, was den Bratvorgang deutlich verlängert. Quick Alu nimmt dagegen die Ofenhitze aktiv auf und transportiert sie schnell und gezielt zum eingewickelten Lebensmittel. Fleisch lässt sich so bis zu 30 Prozent schneller braten, das spart Zeit und Energie.

"Dies ist eine sehr praktische und Energie sparende Hightech-Lösung für Herd und Hausfrau", kommentierte Professor Büren.

Perfekter Schutz gegen Umwelteinflüsse

Protective Packaging wurde für ProtectAtainer mit einer Alufoil Trophy ausgezeichnet. Dabei handelt es sich um einen ISO-Massengutbehälter für die Umstellung vom Einzelverpackten Transport auf Bulkladungen.

Dadurch kann das Verladevolumen von 15.000 auf 20.000 kg erhöht

werden. Der Alufolienverbund schützt zuverlässig vor Feuchtigkeit, Sauerstoff, UV-Licht, extremen Temperaturen und Geruchsbeeinträchtigungen.

Die Transportverpackung kann maßgeschneidert auf die individuellen Kundenanforderungen zugeschnitten werden.

Die Jury hob neben den perfekten Schutzeigenschaften von ProtectAtainer hervor, dass dieses Konzept zu Optimierungen in der Beschaffungskette führen werde.

Und es wird weniger Material eingesetzt, was Umweltvorteile mit sich bringt.

Professor Büren: "Klimatische Bedingungen spielen künftig keine Rolle mehr, denn Alufolienpackungen bieten absoluten Schutz."



INNOVATION Japanischer Stil

Japan ist berühmt dafür, zu den herausragenden Zentren für innovative Verpackungen zu gehören. Verpackungsentwicklungen unter Berücksichtigung von Alufolie bilden da keine Ausnahme.

Zu den neuesten japanischen Entwicklungen zählt ein Easy-Open-Standbeutel, der von Nippon Lever K K (Unilever) und

Procter & Gamble verwendet wird, um

Shampoo-Flaschen

wieder zu befüllen. Der

Beutel eignet sich auch für

Puder, Pasten, Flüssigkeiten

und Granulat. Die Beutel werden

aus einem PET/ALU/NY/PE-

Folienverbund hergestellt.

Alufolie erleichtert

seit neuestem die Zubereitung

des traditionellen japanischen

Mochi-Reiskuchens. Da dieser

süße braune Reis sehr klebrig

ist, haftet er schnell an normalen

Kochgeschirr.

Durch die Entwicklung einer

silikonbeschichteten Aluschale

ist dieses Problem nun gelöst. Die

Schale wird aus einer 70-80 µm

dünnen Alufolie geformt und ist am

Boden perforiert, was das Kochen

und beidseitige Bräunen des

Reises einfacher macht.



Maximale Leistung, minimaler Materialeinsatz



Ein ökologischer Vorteil von Standbeuteln ist deren geringes Gewicht. Sie können mehr als 90 Prozent leichter sein als andere Verpackungen. Entsprechend einfach und kostengünstig ist ihr Transport. Die Beutel von Huhtamaki Ronsberg für das Katzenfutter Felix sind nur ein Beispiel.

Die Verwendung nachhaltiger Packstoffe trägt dazu bei, auch zukünftigen Generationen die Teilhabe am gesellschaftlichen Wohlstand zu sichern. Die einzigartigen Schutzeigenschaften und das geringe Gewicht von Alufolie schützen Lebensmittel vor Verderb und helfen darüber hinaus Material und Energie einzusparen.

Kontinuierliche Verbesserungen in der Prozesstechnik haben in den vergangenen zehn Jahren zu einer Reduzierung der Foliendicke um beeindruckende 20 Prozent geführt "und dies bei gleicher oder besserer Leistungsfähigkeit und Maschinengängigkeit des Materials. Damit einherging eine höhere Produktivität des Veredelungsprozesses.

Die hervorragenden Barriereigenschaften von Aluminium verlängern die Haltbarkeit von Lebensmitteln, ohne dass zusätzliche Energie zur Kühlung eingesetzt werden muss und ohne dass der Nährwert und die Qualität der Produkte beeinträchtigt werden.

Vor diesem Hintergrund erklärt sich der anhaltende Marktrend weg von starren und hin zu flexiblen Verpackungen. Auch unter Umweltaspekten spricht alles für den Packstoff Aluminium. Er kann unendlich oft ohne Qualitätsverlust und zu einem Bruchteil der ursprünglich eingesetzten Energie recycelt werden.

Moderne Sortiertechniken sorgen dafür, dass Alufolie aus dem Hausmüll wieder zurück in den Stoffkreislauf überführt

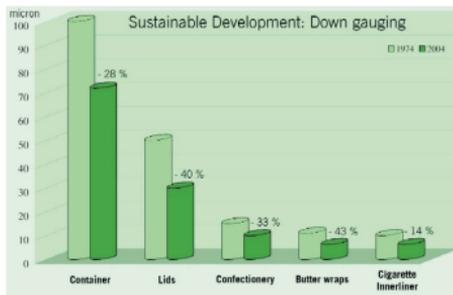
wird. Das gilt auch für den Metallanteil aus Aluverbundfolien, bei denen die Kunststoffe durch thermische Behandlung energetisch genutzt werden können.

Eines der jüngsten Beispiele für eine ökologische Partnerschaft beim Sammeln gebrauchter Aluverpackungen ist die Initiative von Nespresso und der IGORA-Genossenschaft für Aluminium-recycling in der Schweiz.

Ziel der Kooperation ist es, das Sammeln gebrauchter Kaffee kapseln aus Aluminium in Nespresso Partnerschaften, Gemeinden und Recyclingunternehmen zu intensivieren.

Das engmaschige Sammelnetz und die erfolgreichen bestehenden Sammelaktivitäten bei Getränkedosen, Tiernahrungsschalen und Tuben aus Aluminium bieten IGORA eine optimale Basis dafür, künftig auch die Sammlung von gebrauchten Nespresso-Kapseln zu unterstützen.

Nespresso beabsichtigt, ein Sammelnetz mit über 1.000 Sammelstellen aufzubauen und die Sammelquote bis Ende 2005 von heute über 50 Prozent auf dann über 60 Prozent zu erhöhen.



30-jähriges Jubiläum in Bildern

Alufolie blickt auf eine erfolgreiche Geschichte der Verpackung. Der Packstoff, wie er sich heute präsentiert, wurde entwickelt, um die stetig wachsenden Bedürfnisse der Konsumenten nach Convenience zu befriedigen und den Ansprüchen der Markenartikelhersteller nach Produktdifferenzierung gerecht zu werden. Heute braucht es nur eine sehr dünne Lage Alufolie, um eine flexible Packung in ein Produkt zu verwandeln, das fit fürs 21. Jahrhundert ist.

Alufolie ist nicht nur eine absolute Barriere gegen Licht, Feuchtigkeit und Geruch, sondern bringt auch dekorativen Glanz und Formenvielfalt in die Regale des Einzelhandels.

Anlässlich des 30. Geburtstags der EAFA hier ein kleiner Bilderbogen, der zeigt, wie Alufolie die Welt der Verpackung verändert hat: z. B. durch vakuumverpackten Kaffee, dekorative Deckel, Standbeutel, geformte Beutelverpackungen, Haushaltsfolie, Alufolienbehälter für openfertige Gerichte.



Beutel in den vielfältigsten Formen und Größen für immer anspruchsvollere Konsumentenwünsche. Bilder: Smoozy – Amcor Flexibles, Portionsbeutel für Spirituosen – Alcho-Pac, Heinz-Beutel – Alcan Packaging

Kaffee – heute und gestern: Aluverbundfolien haben Kaffeeverpackungen revolutioniert – Amcor Flexibles



Jogurtdeckel 1974 und 2005



Deckelmateriale hat vom Fortschritt in der Drucktechnik sowie von der Fähigkeit profitiert, immer dünnere Alufolien herzustellen, die sowohl dekorativen Glanz als auch hochwirksamen Barrierschutz bieten. Sogar Folienläschen, die das Vakuum zwischen Aluverschluss und Glaskonserven aufheben, sind heute möglich – Alcan Packaging



Stetig verbesserte Fertigungstechniken für Menüschalen, Backfolien und geformte Behälter haben ganz unterschiedliche Formen und Anwendungen für den Lebensmittel- und Consumer-Markt ermöglicht



Alcan Packaging

Nicholl Food Packaging



Alufolien gibt es mittlerweile auch für fertigtes Gemüse und andere Lebensmittel – Alcoa



Wie es früher war...



Neuer Verschluss für Weine

Alcoa Closure Systems International hat mit der Serienproduktion von Vino-Lok, einem Glas-Verschlussystem für Weinflaschen, begonnen. Eine Alufolienkappe schützt vor mechanischer Beschädigung und weist unerlaubtes Öffnen nach.

Die "Glaskorken" werden aus dem deutschen Alcoa-Werk in Worms an mehrere europäische Weingüter geliefert. Auch Spitzenweine der Lufthansa werden mit dem neuen Vino-Lok-Verschluss ausgestattet. Der Verschluss, der wie ein dekorativer Dekantierstopfen aussieht, besitzt gummierte O-Ringe, die für eine sterile Dichtung sorgen. Vino-Lok wird auch in den USA, unter dem Namen VinTegra, hergestellt.

Per Knopfdruck heiß

Eine innovative Beutelentwicklung kommt von der belgischen EPOCA und ihrem koreanischen Partner KSP Technologies.

Der Beutel ist mit einer Aluschicht versehen und ermöglicht die Selbsterwärmung von Flüssigkeiten in Mengen von 100 bis 150 ml. Die Verpackung wird bereits in Asien für Kräutertees genutzt, die zwischen 35 und 38°C getrunken werden. EPOCA erwartet, dass ein Prototyp, der Temperaturen bis zu 60°C erlaubt, in rund sechs Monaten auf dem europäischen Markt verfügbar ist.

Der Mechanismus zur Erhitzung wird per Knopfdruck auf den Beutel aktiviert, so dass eine chemische Reaktion in Gang gesetzt wird. Anwendungsfelder für dieses System sind Suppen, Kaffee und Tee. Der Beutel wird voraussichtlich mit einer zentralen Gießvorrichtung und wiederverschließbaren Kappe ausgestattet.

Neues Rekordhoch bei Alufolien

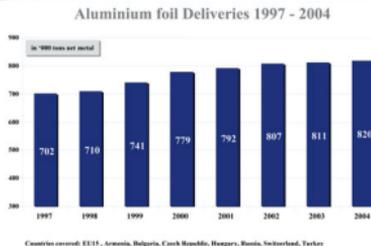
Der Absatz von Alufolie erreichte 2004 mit 820.350 Tonnen ein neues Rekordhoch. Das Mengenwachstum betrug damit 1,1% gegenüber dem Vorjahr (811.400 t).

Berücksichtigt man die kontinuierliche Dickenreduzierung bei Alufolien, spiegeln die Zahlen ein höheres Marktwachstum wider. Der Absatz wurde sowohl vom Export als auch von der Nachfrage in den EFAA-Heimatmärkten angetrieben.

EFAA-Präsident Bill Morris: "Wir erwarten eine Fortsetzung dieses Trends auch für 2005. Die hohe Nachfrage gerade beim Export unterstreicht die weltweit führende Position

der europäischen Aluminiumfolienindustrie hinsichtlich Produktqualität und Wettbewerbsstärke."

● Alufolie wird zu rund 75 Prozent in Verpackungen genutzt.



EFAA schreitet von Erfolg zu Erfolg

Durch die Aufnahme der Rewinder-Gruppe mit elf Herstellern von Haushaltsfolie und den Beitritt von sechs weiteren Unternehmen hat sich die Mitgliederzahl der EFAA in ihrem Jubiläumjahr auf 123 erhöht.

Der Verband deckt mittlerweile ein breites geografisches Gebiet ab. EFAA repräsentiert heute 23 Länder in Europa, einschließlich neuer Mitglieder in Armenien, Bulgarien, Kroatien, Russland, Slowenien, Tschechien, Türkei und Ungarn.

Der neue EFAA-Präsident Bill Morris sagte: "Die vergangenen 30 Jahre waren von einer beeindruckenden und rasanten Entwicklung im europäischen Markt gekennzeichnet, die schließlich in den EU-Beitritt neuer zentral und osteuropäischer Länder mündete. EFAA hat eine Schlüsselrolle dabei gespielt, ihre

Mitglieder gegenüber den Herausforderungen der Märkte zu unterstützen – auch mit Blick auf den technischen Fortschritt beim Folienwalzen und Veredeln."

- EFAA repräsentiert die Veredler-Gruppe – 71 Mitglieder
- Behälter hersteller-Gruppe – 17 Mitglieder
- Walzer-Gruppe Walzer – 24 Mitglieder
- Rewinder-Gruppe 11 Mitglieder.

Interpack 2005

Zusammen mit dem Gesamtverband der Aluminiumindustrie wird die EFAA in Halle 11, Stand D11, ihr gesamtes Servicespektrum vorstellen: unter anderem die Präsentation der Alufoil-File-Infoneihe sowie Informationen über die Sieger der Alufoil Trophy 2005 und die Arbeit der Mitgliedsgruppen.

Deckel für Tassimo

Kraft Foods nutzt gestanzte Deckel der Teich AG für sein Tassimo-Heißgetränkessystem. Die teilgeprägten Platinen werden im UV-Flexdruck 3- bis 6-farbig bedruckt und extrusionsbeschichtet.

Die coextrudierten Deckel müssen strengen Ansprüchen genügen. So darf sich die Siegelnaht bei PP-Bechern bis zu einer Sterilisiertemperatur von 121°C nicht ablösen. Die Beschichtung und die UV-Druckfarbe müssen lösemittelfrei sein.

