

Alufolie verwandelt Alltägliches in etwas Schönes

— und setzt positive Akzente



Die Gewinner der Alufoil Trophy 2010 beweisen: Die Alufolienbranche sprüht vor Innovationskraft und technischen Spitzenleistungen. Erstmals wurde die EAFA-Trophy in fünf Kategorien – Consumer Convenience, Marketing + Design, Produktschutz, Ressourceneffizienz und technische Innovation – ausgetragen, um den Bedürfnissen der Industriekunden und Verbraucher noch besser zu

entsprechen. Das neue Konzept brachte 64 Teilnehmer und 13 Gewinner hervor – für die gesamte Branche und die Jury ein eindrucksvoller Erfolg.

Die Jury war vom hohen Niveau der Einsendungen beeindruckt, die sich auf alle Anwendungs- und Produktbereiche erstreckten und großartige

Verpackungslösungen präsentierten. Die cleveren Alufolienkonzepte bei Verbunden und in der Drucktechnik begeisterten den Juryvorsitzenden Terry Robins, Verpackungsberater für Industrie und Handel und vormals Manager für Verpackungstechnik und -entwicklung bei Sainsbury.

— „Scheinbar alltägliche Artikel wurden zu besonders attraktiven Produkten. Viele Hersteller nutzten Alufolie erfolgreich als Substitut für andere Packstoffe“
— Terry Robins

„Die Branche möge ihre Innovationskraft lange bewahren“, ergänzte er. ///



Terry Robins, Juryvorsitzender

Vorsichtiger Optimismus bei Alufolien

Die Produktionszahlen für 2009 lassen darauf schließen, dass die Rezession abklingt. Dies wurde besonders im Segment der dünneren Alufolien sichtbar. Die EAFA-Zahlen für das vierte Quartal 2009 belegen, dass die Produktion von dünnen Folien, die vor allem für flexible Verpackungen und Haushaltsfolie genutzt werden, um 11,3% gegenüber dem Vorjahresquartal zugelegt hat. Im Jahresvergleich betrug die Produktionssteigerung in diesem Segment 0,3 Prozent.

Die Gesamtproduktion der EAFA-Mitglieder fiel 2009 dagegen um 5% auf 768.600 Tonnen. Im letzten Quartal zeichnete sich jedoch eine deutliche Erholung ab: Die Produktion stieg um 9,3% auf 199.400 Tonnen gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Dickere Folien für Behälter und Anwendungen in Automotive, Bau und anderen Sektoren wurden dagegen 16,6% unter Vorjahresniveau produziert. Doch auch dicke Folien legten im letzten Quartal 2009 zu, und zwar um 4% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. ///

www.alufoil.org

INHALT

GEWINNER DER ALUFOIL TROPHY 2010

2// CONSUMER CONVENIENCE
MARKETING + DESIGN

3// PRODUKTSCHUTZ
RESSOURCENEFFIZIENZ

4// TECHNISCHE INNOVATION
OVERALL EXCELLENCE

Gewinner der Alufoil Trophy 2010

Innovationen tragen den Sieg davon

/// Consumer Convenience

— Heute, wo der Verbraucher König und Convenience ein Schlüsselfaktor in unserer hektischen Zeit ist, haben besonders zwei Konzepte für völlig verschiedene Märkte die Jury gefesselt.



Den laserperforierten Einwickler von **Huhtamaki Ronsberg** für Waffeleis von Nestlé Extreme fand die Jury einfach genial.

„Wie oft kapitulieren wir davor, den Einwickler von Eiscremetüten abzureißen“, so Terry Robins. Er zeigte sich besonders beeindruckt von der

speziellen Laserschnitttechnologie, dank der sich der Einwickler einfach abreißen lässt.

— „Endlich bleibt genügend Einwickler um das Waffelhörnchen, dass die Finger nicht klebrig werden“ — Terry Robins

Die Einwickler aus einem Alufolien/Papier-Verbund haben eine definierte Aufreißlinie auf der inneren Papierseite. Die Alufolie bleibt dabei intakt und bietet so weiterhin Schutz vor Feuchtigkeit und anderen äußeren Einflüssen. ///

Den weiteren Gewinner – UniDose von **Bionostics** – bezeichnete Robins als „einzigartig unter den Methoden zur Blutzuckermessung“.

Die heutigen PE-Ampullen für Blutzuckerkontrolllösungen sind verschlossen 18 bis 24 Monate haltbar, aber nur drei Monate, sobald sie geöffnet sind. Aufgrund der Wasserdampfbarriere von Alufolie ist

eine nur sehr winzige Menge Kontrolllösung erforderlich, um die Blutzuckerkonzentration zu bestimmen. Die einzelporionierte Kontrolllösung ist 24 Monate lang bei 30 °C haltbar.

Terry Robins beschrieb das Konzept als „clevere Lösung, bei der der Einsatz von Alufolie entscheidend ist und mit hohem Bedienkomfort einhergeht“. Bionostics gewann auch eine Alufoil Trophy in der Kategorie „Produktschutz“, siehe nächste Seite. ///



Querdenken macht den Unterschied

/// Marketing + Design

— Designqualität, die sich abhebt, spielt neben Marketingperformance und Verbrauchernutzen eine entscheidende Rolle bei der Werbewirkung im Verkaufsregal. Beide Gewinner beweisen, dass Querdenken zum Erfolg führt.

Carcano Antonios schön bedrucktes Fahrrad-Schutzblech von Orion bekam höchstes Jury-Lob – und eine Trophy dafür, etwas Alltägliches in eine modische Komponente verwandelt zu haben.

— Terry Robins beschrieb das Konzept als „wahres Vergnügen, das jeden Radfahrer begeistern wird“.

Das brillante grafische Design und der Qualitätsdruck in Verbindung mit der metallisch glänzenden Oberfläche machen die Schutzbleche zu einem wahren Eyecatcher im Fahrradgeschäft. Diese Entwicklung zeigt, dass sich Alufolie erfolgreich mit anderen Materialien kombinieren lässt. Das Konzept lässt sich auch auf andere Fahrradteile wie Sattel oder Satteltaschen übertragen. ///



Ein neues Saucen-/Kerzen-Kombiset – Candlelight-Sauce – von **Plus Pack** für das holländische Unternehmen Versteegen „bringt Atmosphäre an jeden Dinner-Tisch“, so Terry Robins.

Die Siegerpackung enthält ein Teelicht, um die Sauce am Esstisch warm zu halten, nachdem sie in der Mikrowelle oder im herkömmlichen Ofen erhitzt wurde.

Die Packung beinhaltet eine dreieckige, glattwandige Alufolienschale, die 300 ml Sauce enthält und mit einem vorgestanzten Alufolien-deckel verschlossen ist. Die Packung hat eine Kunststoffkappe aus PP-Spritzguss und dient als Kerzenhalter für das Teelicht.

Das Ganze ist in einem dekorativen Umkarton für hohe Werbewirkung im Verkaufsregal verpackt. ///



Gewinner der Alufoil Trophy 2010

Empfindliche Diagnoselösung

/// Produktschutz

— Die einzigartigen Schutzeigenschaften von Alufolie wurden für zwei clevere Blutzuckertestsysteme für Diabetiker genutzt. Terry Robins lobte beide Trophy-Sieger als „innovative und ausgezeichnete Entwicklungen“.

Ancor Flexibles Singen wurde für Accu-Chek Mobile von Roche ausgezeichnet: einem Blutzuckermessgerät, das 50 Diagnosetests ermöglicht.



Da die Tests hoch wasserdampfeempfindlich sind, wird auf Alufolie zurückgegriffen – sowohl für die Kassette als auch für die Versiegelung der Schale, in der die Kassette verpackt ist.

Accu-Chek Mobile nutzt eine hoch wasserempfindliche Kassette mit Endlostestbändern, die durch einen PP-beschichteten Alufolienstreifen versiegelt ist. Die Alufolie sorgt nicht nur für ein leichtes Öffnen, sondern hilft auch, die Testbänder zu verpacken. Die PP-Schale, die die Kassette enthält, ist mit einer Aluabziehfolie versiegelt. ///

— „Eine technisch raffinierte Lösung für ein anspruchsvolles Produkt“ — Terry Robins



Bionostics erhielt eine zweite Trophy für sein Blutzuckerkontrollgerät für Diabetiker. „Die zweijährige Haltbarkeit der Packung bei Zimmertemperatur ist besonders beeindruckend. Dieses System wird im Vergleich zum traditionellen Blutzuckertest viel Geld sparen“, so Terry Robins. Bionostics erhielt eine weitere Alufoil Trophy für Consumer Convenience, siehe Seite 2. ///

Nachhaltig und stabil

/// Ressourceneffizienz

— Leichtschalen aus Alufolie und platzsparende Beutel gewannen in einer hart umkämpften Kategorie



wickelt. Erhältlich sind drei verschiedenen Schalen-Größen für unterschiedliche Gewichts-Klassen. Die stabilere Form hat Vorteile bei der Zubereitung im Backofen und beim anschließenden Herausnehmen. Es entstehen weniger Transportschäden und die neue Schale ist deutlich attraktiver im Verkaufsregal. ///

— Terry Robins lobte beide Entwicklungen als „ressourceneffizient bei höherer Festigkeit für ein verbessertes Handling in der Küche“.

Das Micro-Rib©-Konzept von **Nicholl Food Packaging** ist dank innovativer Legierungstechnik und Werkzeugkonstruktion eine attraktive, gerippte Aluschale. Sie ist glattwandig und wird mit mindestens 12 Prozent weniger Material hergestellt. Die neuartige Schale fasst die gleiche Füllmenge wie Standardprodukte. Die hohe Festigkeit garantiert einen effizienten Prozessablauf, ohne die Schale zu beschädigen.

Das Sortiment der neuartig geformten Schalen, die mit 20 Prozent weniger Alufolie auskommen und doch stabil genug sind, um ein ganzes Huhn aufzunehmen, wurde von **i2r Packaging Solutions** für Oakham-Hühner von Marks & Spencer ent-



Dank der 100-Gramm-Beutel von **Wipf** mit ihren engeren Siegelnähten für Xirah Swiss Premium Katzenfutter von Migros passen 24 statt 22 Packs in einer Display-Box. Das spart Transportkosten sowie Platz im Lager und Verkaufsregal. Robins war von der Materialeinsparung und vom matten Finish beeindruckt, das dem Sterilisierprozess widersteht – nicht üblich bei einer matten Oberfläche.

Die Beutel werden im Zehnfarbentiefdruck bedruckt und sind mit mattem Lack teilbeschichtet. Der PET/ALU/cPP-Dreilagverbund wurde entwickelt, um dem Druck im Autoklav standzuhalten. ///

Gewinner der Alufoil Trophy 2010

Chirurgie auf höherem Niveau

/// Technische Innovation



— Gewinner öffnen neue Märkte mit verbesserter technischer Leistungsfähigkeit von Alufoil

Die Jury war von den sterilen Schablonen beeindruckt – einem Alufolienverbund von **Amcor Flexibles Kreuzlingen**, der in der Chirurgie bei der Knorpelregeneration eingesetzt wird.

— Terry Robins: „Diese innovative Idee ist ein Segen in der Chirurgetechnik. Die sterile Schablone ermöglicht einen genauen Abdruck vom Knorpeldefekt.“

Eine wesentliche Innovation ist, dass die Schablone

Teil des Produktes ist. Das Chirurgie-Set für Chondro Gide© (AMIC – Chirurgetechnik) von Geistlich Pharma enthält die einzelverpackte Schablone, mit der der Chirurg einen Abdruck vom verletzten Knorpel nimmt und den Ersatz passgenau zurechtschneidet. Alufoil wird dabei wegen ihrer hervorragenden mechanischen und hygienischen Eigenschaften verwendet und weil sie sich für eine Gammabestrahlung eignet. ///

Die zur **Constantia Flexibles** gehörende **Teich** siegte mit ihrem teilgeprägten Oval Philly Abziehdeckel für Philadelphia-Frischkäse von Kraft Foods. Teich setzte dabei einen speziellen Stanzprozess ein, der eine passgenaue Positionierung des Prägedesigns im sogenannten gesteuerten Druck gewährleistet.

Die Passermarkte wird von der Prägewalze

aufgetragen, was den Einsatz einer Druckmaschine erübrigt und Kosten spart. Der ungeprägte glatte Rand bietet optimale Siegel- und Aufreißqualitäten. Robins erklärte: „Das Prägen auf Alufoil ist nicht neu, aber die Qualität dieser Teilprägung ist so gut, dass die Philadelphia-Marke dadurch deutlich profitiert.“ ///



Triumph für leichte und flexible Ideen

/// Overall Excellence

— Ein Trio raffinierter Lösungen kombiniert Alufoil mit anderen Materialien und schafft so Mehrwert für Verbraucher und Markenartikler



Amcor Flexibles Sélestat gewann mit ALUTIN, einer neuen Kapsel für Wein- und Champagnerflaschen. Das innovative Material basiert auf zwei Aluminiumlagen, die mit verschiedenen Polyolefinen extrudiert werden. Dies sorgt für gute Formbarkeit, glattes Finish und Kostenersparnis gegenüber konventionellem Zinn.

ALUTIN wirkt auch bei komplizierten Flaschenhälsen keine Kniffe. Dies eröffnet neue Märkte, z. B. für speziell geformte Spirituosen-, Wein- und Champagnerflaschen. ///

Impress Metal Packaging hat den ersten Alufoildeckel mit 153 mm Durchmesser entwickelt. Er zielt darauf, die Deckel von Stahldosen durch eine leichte und komfortable Alternative für runde, mikrowellentaugliche Behälter zu ersetzen.

Der Deckel besteht aus einem Ring, auf dessen Innenseite die Easy-Peel-Folie von Amcor Flexibles durch Heißsiegelung aufgebracht wird. Die PP-Schicht des Alufolienverbundes und der Ring verschmelzen beim Abkühlen. Dadurch wird eine 100-prozentige Barriere gegen Sauerstoff und Licht erzielt. ///



Der **Easybag Cooking®** von **Advanced Packaging Supplier** ist ein neuer Alufolienbeutel für Lebensmittel inkl. Fleisch und Fisch. Er eignet sich zum Braten, Grillen und Dämpfen. Der flexible Beutel besteht aus vier Alufolienwandungen mit einem Kunststoffdeckel und verträgt Temperaturen zwischen -35 °C und (mit und ohne Deckel) +240 °C. Er eignet sich zum Vakuumverpacken und widersteht einem Druck bis zu 90 kg. Für den militärischen Gebrauch entwickelt ist Easybag nun auch auf dem Consumer-Markt erhältlich. ///



— 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 e.V.
Am Bonnhof 5, D - 40474 Düsseldorf**

Telefon: +49 (0)211 4796 150 // Fax: +49 (0)211 4796 408

Email: enquiries@alufoil.org

LINIE ZUM FALTEN – Bitte nicht abtrennen

Antwort-Fax an EAFA

+49 (0)211 4796 408

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

ADRESSETIKETT

Bitte deutlich lesbar schreiben und den Coupon vollständig ausfüllen

KORREKTUR

Empfänger bzw. Adresse haben sich geändert: Bitte korrigieren in:

ERGÄNZUNG

Ich möchte Infoil erhalten:

Vorname _____

Nachname _____

Beruf / Funktion _____

Firma / Organisation _____

Adresse _____

Stadt _____

Postleitzahl _____

Land _____

Telefon _____

Email _____

Präferierte Sprache:

- Englisch Französisch Deutsch
 Spanisch Italienisch Türkisch

**European Aluminium Foil Association e.V.
Am Bonnhof 5
D - 40474 Düsseldorf**