

Gewinner zeigen Zukunftsvisionen

— Convenience, Sicherheit und Ressourceneffizienz

Convenience, Sicherheit und Ressourceneffizienz

sind Begriffe, die direkt auf die Alufolienindustrie zugeschnitten sein könnten und damit auf eine Branche, die in dieser Hinsicht seit langem Spitzenleistungen hervorbringt – nicht nur, um florierende Märkte für technische und Verpackungsprodukte zu entwickeln, sondern auch, um unseren Kindern eine nachhaltigere Umwelt zu hinterlassen.

Dieses Qualitätsstreben der Branche basiert auf dem permanenten Streben, innovative Materialien herzustellen und ressourceneffiziente Produktentwicklungen voranzutreiben.

Dies zeigt sich auch bei den Teilnehmern an der Alufoil Trophy 2011, die 13 Gewinner aus 66 Einreichungen in den Kategorien Consumer Convenience, Marketing + Design, Produktschutz, Ressourceneffizienz und Technische Innovation hervorbrachte. Die Jury war besonders davon beeindruckt, wie Ressourceneffizienz mit Produktsicherheit und Verbraucherefreundlichkeit verknüpft wurde, siehe Seiten 4 bis 7.

Es ist kein Zufall, dass die Trophy-Sieger viele dieser Aspekte aufgegriffen haben, die in der EAFA-Leitbroschüre „More is Less“ thematisiert werden. Die Broschüre fordert einen ganzheitlichen Ansatz für mehr Ressourceneffizienz und verdeutlicht, dass



Verpackungen entscheidend dazu beitragen, die Nachhaltigkeit im Lebensmittelsektor zu verbessern.

Hersteller, Verpacker und Konsumenten müssen sich mit dem Ziel widmen, an intelligenten Optionen mitzuarbeiten, damit Nachhaltigkeit in Produktion und Konsum zu einem durchgängigen gesellschaftlichen Handlungsprinzip wird. Ein zu wenig an adäquater Verpackung geht unweigerlich mit Verschwendung von Lebensmitteln einher. Alufolie

leistet durch seine Schutzeigenschaften einen wichtigen Beitrag, vorzeitigen Verderb von Lebensmitteln zu verhindern.

Dieser Aspekt wird auch im Rahmen der „Save Food“-Initiative zur interpack 2011 thematisiert. Die Initiative unter Mitwirkung der UN-Welternährungsorganisation FAO beleuchtet, wie die Beschaffungskette Lebensmittelverschwendung weltweit bekämpfen kann. ///

INHALT

2-3// NACHHALTIGKEIT – „MORE IS LESS“

4-7// ALUFOIL TROPHY 2011 - DIE GEWINNER

8// GRILL- UND BARBECUE-ZEIT

Spaß auf dem Alufolien-Grillfest der interpack

Es wird heiß, sehr heiß im Mai ... Die EAFA lädt alle ein, den bevorstehenden Sommer auf zwei internationalen Grillfesten mitzufeiern. Die Veranstaltungen werden aufzeigen, wie nützlich Alufolie auf Grillpartys und Bratrosten ist.



Die Grillsaison startet zur interpack 2011, der internationalen Verpackungsmesse, die vom 12. bis 18. Mai in Düsseldorf stattfindet. Besucher können einen Abstecker zur eigens eingerichteten alufoil BBQ Arena machen, in der internationale Teams eine fantastische Vielzahl von Grillgerichten zubereiten werden. Die Zuschauer erwartet nicht nur spektakuläre Shows, sie werden auch Gelegenheit haben, manche der leckeren Gerichte zu kosten. Kurz nach dem Grillfest auf der interpack findet die offizielle Barbecue-Weltmeisterschaft (20. bis 22. Mai) in Gronau statt, *siehe letzte Seite.* ///

More is Less

Ganzheitlicher Ansatz für Nachhaltigkeit

— Werben für mehr Verständnis bei Verbrauchern

EAFA hat mit der umfassenden und weit reichenden Broschüre „More is Less“ die Herausforderung angenommen,

die Vision einer von Nachhaltigkeit geprägten Zukunft entlang der Wertschöpfungskette aufzuzeigen. Sie liefert schlüssige Argumente dafür, dass besserer Schutz Lebensmittelressourcen bewahrt und zeigt auf, wie man bei Konsumenten größeres Verständnis für diese Fragen wecken kann.

EAFA ruft alle beteiligten Gruppen – Packmittelhersteller, Verpacker und Produkthersteller, Markenfirmen, Handel, und nicht zuletzt die Konsumenten – auf, die Entwicklung und den Einsatz von intelligenten Verpackungslösungen zu unterstützen.

Dieser weiter gefasste Verpackungs- und Nachhaltigkeitsansatz zeigt auf, dass es die „nachhaltige Verpackung“ nicht gibt, sondern nur intelligente Verpackungslösungen, die Nachhaltigkeit in Produktion und Konsum unterstützen. Ein ganzheitlicher Ansatz trägt dazu bei, so der Bericht, dass effektivere und effizientere Verpackungen mit weniger Ressourcenverschwendung einhergehen.

Lebensmittelverschwendung ist ein größeres gesellschaftliches und Umweltproblem, als viele

wahrhaben wollen. Sie ist gleichbedeutend mit Verschwendung all jener Ressourcen, die entlang der Lieferkette eingesetzt wurden, um das Produkt zum Konsumenten zu bringen. Verbraucher stellen nicht immer den Zusammenhang zwischen unzureichender Verpackung und Lebensmittelverderb her, weil sie immer wieder mit der vereinfachenden Vorstellung konfrontiert werden, dass „grün“ nur der ist, der auf Verpackungen weitgehend verzichtet.

— Die Kunst ist, dies in eine Botschaft zu kleiden, die der Verbraucher versteht und ihm eine überzeugende Vision von der Zukunft gibt. —

Dazu muss der Einfluss von Verpackungen entlang der Lieferkette in Relation zu den Ressourcen gesetzt werden, die sie schützen, und deutlich gemacht werden, dass Verpackungen Schutz, Haltbarkeit und Convenience bieten.

Sieben von zehn europäischen Verbrauchern sagen, dass Produktethik in ihre Kaufentscheidung

Fakten zum „More is Less“-Ansatz:

- Laut EU-Kommission werden in der EU rund 89 Millionen Tonnen Lebensmittel pro Jahr verschwendet
- Europa gibt rund 90 Milliarden Euro für Lebensmittel aus, die nie konsumiert werden
- Lebensmittelverschwendung trägt gravierend zum Treibhauseffekt bei: Rund ein Viertel der CO₂-Emissionen in Europa stammen aus Lebensmitteln und Getränken

einfließt, doch sind sie verunsichert, wenn damit verbundene Themen aus dem Zusammenhang gerissen werden. Die Frage ist, wie man diese Kluft überbrücken und Konsumenten erläutern kann,

dass Verpackungen Teil einer allumfassenden Nachhaltigkeitsgleichung sind und das zu wenig Verpackung zu Lebensmittelverschwendung führen kann.



© Tetra Pak

„Nachhaltige Verpackungen“ sind bislang vor allem auf die eingesetzten Materialien definiert worden: wie sie hergestellt, zurückgewonnen, recycelt und entsorgt werden. Doch ist dies nur ein Teilspekt. Wenn es um größere Ressourceneinsparungen geht, müssen intelligente Verpackungslösungen entwickelt werden, die ein effizientes Güterangebot sicherstellen und Verderb und Verschwendung von wertvollen Lebensmitteln minimieren.

Die Alufolienindustrie hat die Technologie, das Wissen und den Willen, diese Botschaft zu vermitteln, indem sie ihr großes Potenzial zur Entwicklung von intelligenten Lösungen freisetzt, die zu einer nachhaltigeren Zukunft führen.

Mehr dazu unter www.alufoil.org ///



von Ressourcen und des Verlustes an biologischer Vielfalt.“
www.global-alufoil.org ///

Zeit, global zu denken und lokal zu handeln

Die Botschaft, dass Alufolie mehr Ressourcen spart als durch sie verbraucht werden, zeigt auch die Broschüre „A Global Moment with Alufoil“.

Über lokale Geschichten, die zur selben Zeit an den verschiedensten Orten dieser Welt spielen, veranschaulicht sie die Vielseitigkeit von Alufolie in den

verschiedensten Produktanwendungen und wie sie genutzt werden kann, um eine nachhaltigere Zukunft zu gestalten. Die Broschüre verdeutlicht, wie die Alufolienindustrie dadurch zu einer leistungsfähigen, verantwortlichen und nachhaltigen Zukunft beiträgt. „Global zu denken und lokal zu handeln ist unerlässlich angesichts der Klima-Herausforderungen, der Verknappung

More is Less



Alufolie – die intelligente Verpackungswahl

— Effektive Lösungen für die Wertschöpfungskette

Alufolienbasierte Verpackungen bieten ein enormes Potenzial, um den Herausforderungen gerecht zu werden, denen die Lieferkette gegenübersteht. Der Einsatz von intelligenten Materialien wächst ständig und Alufolie hat über die Jahre seine Fähigkeit bewiesen, Produktionen und -verbesserungen vorzunehmen, die effektive und intelligente Verpackungsoptionen für Lebensmittelhersteller, Markenartikel und Einzelhändler sind.

Alufolie trägt zunehmend dazu bei, die Verschwendung von Lebensmitteln einzudämmen und so Wasser zu sparen und Klimagasemissionen zu reduzieren. Ihr Beitrag für eine nachhaltige Produktion und nachhaltigen Konsum sollte nicht unterschätzt werden. Sie ist sicher nicht der einzige Lösungsansatz, aber ihre einzigartigen Eigenschaften wie absolute Barriere und geringes Gewicht er-

möglichen eine Vielzahl funktional überlegener Anwendungen, um den sich verändernden und zunehmend anspruchsvolleren Anforderungen gerecht zu werden. „More is Less“ stützt sich auf detaillierte Ökobilanzanalysen, die den Anbau, die Verarbeitung, das Verpacken, den Transport und schließlich den Konsum berücksichtigen.



Der Einfluss von Verpackungen auf den gesamten Lebenszyklus von Nahrung und Getränken ist vergleichsweise klein, wie die Grafik „Treibhausgasemissionen“ bzgl. einer Tasse Filterkaffee aus Großpackungen und einer Tasse löslichen Kaffee aus einer Portionsverpackung zeigt. Die Grafik zeigt auch, dass

der größte Treibhausgasbeitrag nicht durch den Anbau oder das Rösten der Bohnen, sondern vom Kochen des Wassers herrührt.

Treibhausgasemissionen aus dem Transport und der Verpackung sind dagegen sehr klein. Und auch wenn der Bedarf nach Verpackungen weiter steigt, kommt es vor allem darauf an, die Umweltauswirkungen von Produkten über ihren gesamten Lebenszyklus im Blick zu haben.

Bei Portionsverpackung Kaffee steigt der Anteil der Verpackung an den Klimagasemissionen von 1,5 auf 8%, doch bleiben die Gesamtemissionen in etwa gleich hoch – dies deshalb, weil Portion Packs entscheidend mithelfen, Verschwendung beim Kaffeekonsum zu reduzieren. Angenommen, 30% Filterkaffee wird nicht getrunken (z. B. bei Besprechungen), und stattdessen wird der Kaffee portionsweise zubereitet und konsumiert, dann haben Verpackungen, bezogen auf den Konsum einer Tasse Kaffee, einen größeren Anteil an den Umweltemissionen. Dennoch nimmt die Umweltsamtwirkung der einzelnen Tasse Kaffee deutlich ab (s. Grafik).

www.alufoil.org ///

Überzeugungsarbeit leisten

Julian Carroll, Managing Director von EUROOPEN, hat die Verpackungs-Lieferkette aufgerufen, Ressourcen zu bündeln, um den Verbrauchern klar zu machen, dass Verpackungen Teil der Lösung sind.

Die „More is Less“-Botschaft unterstreichend, sagte er: „Heute gewinnen diejenigen Unternehmen, die einsehen, dass Verpackungen die Ressourceneffizienz deutlich verbessern. Dies muss aber den Konsumenten vermittelt werden.“

Dieser Ansatz wird auch vom „Global Packaging“-Projekt unterstützt, das an einer weltweit einheitlichen Argumentation arbeitet, die auf glaubwürdigen, sachlich fundierten Informationen beruht und so hilft, dass Verpackungen als Beitrag zur Ressourcenschonung verstanden werden. Doch ist dies nicht alles.



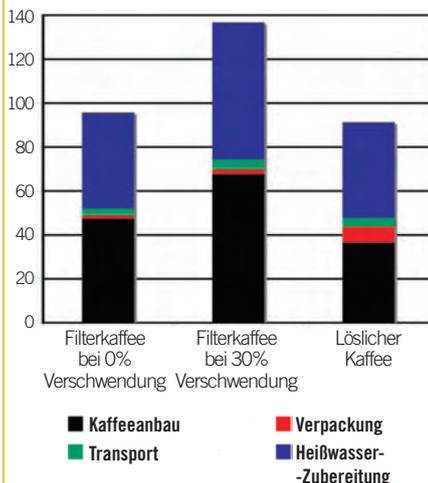
„Die Botschaft kommt noch nicht bei denen an, die erreicht werden müssen. Wir müssen Meinungsbildner einbeziehen, um die Menschen zu überzeugen“, so

Julian Carroll.

Ein Problem ist, dass entlang der Wertkette nicht genug Geld in Kommunikation fließt. Um eine glaubhafte Kampagne zu fahren, sollten die verschiedenen Glieder der Lieferkette einen Teil ihres Marketingbudgets bündeln und darauf verwenden, dem Konsumenten deutlich zu machen, dass Verpackungen notwendig sind, um den Verlust von wertvollen Lebensmittelressourcen zu vermeiden.

Eine der vielen Möglichkeiten ist es, angesehene Wissenschaftler, Journalisten und andere gesellschaftliche Meinungsbildner zu gewinnen. Auch jedes Glied in der Beschaffungskette hat seinen Beitrag zu leisten. Vor allem Markenartikel und Einzelhändler könnten über Infos an den Regalen und auf den Verpackungen mehr tun. Schuldzuweisungen in der Lieferkette helfen ebenso wenig wie politische Selbstinszenierung. ///

Treibhausgasemissionen einer Tasse Kaffee über den gesamten Lebenszyklus betrachtet. Im Vergleich: eine Familienpackung Filterkaffee und eine Portionsverpackung löslichen Kaffees



Quelle: ESU service, eigene Berechnungen

Alufoil Trophy 2011 - die Gewinner



Erfolgreiches Streben nach Top-Leistungen

— Spitzenprodukte dank Alufolie.

Vielfalt kennzeichnete die Produktentwicklungen, die zur Alufoil Trophy 2011 des europäischen Alufolienverbandes EAFA eingereicht wurden. „Die Einsendungen deckten fast das gesamte Marktspektrum ab und boten in jeder Kategorie herausragende Leistungen. Für die Jury war es umso schwieriger, die Gewinner zu ermitteln“, so der Juryvorsitzende Alan Moffat, Verpackungsentwickler bei H. J. Heinz R&D.

Zur Trophy zugelassen waren Produkte aus Alufolie oder einem Alufolienverbund. Die Jury ermittelte schließlich 13 Alufoil Trophy Sieger aus 66 Teilnehmern. Der Wettbewerb fand in fünf Kategorien statt, in denen sich Verpackungslösungen und technische Anwendungen bewerben konnten: Consumer Convenience, Marketing + Design, Produktschutz, Ressourceneffizienz und Technische Innovation. Angesichts des hohen Standards der Einreichungen entschied sich die Jury dieses Jahr dazu, kategorienübergreifende Excellence-Gewinner auszuzeichnen. ///



Die Juroren

Im Vordergrund, von links nach rechts: Juryvorsitzender Alan Moffat, Verpackungsentwickler bei H. J. Heinz R&D, und Jean-Paul Duquet, Vorsitzender der EAFA Communication Group. Im Hintergrund, von links nach rechts: Khosrow Tahmasibi, stellvert. Vorsitzender der EAFA Container Group, sowie Wolfgang Winkels, EAFA Roller Group, und Franz Reiterer von Flexible Packaging Europe (FPE).

Vielseitige Eigenschaften, vielfältige Vorteile /// Produktschutz

— Die einzigartigen Schutzeigenschaften von Alufolie wurden durch drei Sieger unterstrichen, die einmal mehr zeigen, dass der Packstoff für ganz unterschiedliche Produkte perfekt geeignet ist.

Diavy hat mit „Holo Aluminium“ eine direkt geprägte holografische Alufolie entwickelt, die hohen Originalitätsschutz und Fälschungssicherheit garantiert – zum Beispiel bei Blisterpacks für Arzneimittel, Healthcare- und Kosmetik-Produkten oder auch bei Lebensmitteln und Getränken im Premiumsegment.

Das Besondere dieses neuen Verfahrens ist, dass eine mikro-holografische Prägung direkt auf der Alufolie erfolgt und Bild-, Marken- oder andere grafische Zeichen den Hersteller eindeutig identifizieren. Dies unterscheidet die von bisherigen Verfahren bei denen eine holografische PET-Folie auf der Alufolie aufgebracht wird. Dabei kann es jedoch zu Oberflächenverschleiß kommen, sodass sich die holografische Oberfläche durch Reiben entfernen lässt.



Diavy - 'Holo' Aluminium

Diavys neues, international patentiertes Verfahren erzeugt Tausende winzig kleine Eindrücke direkt auf der Oberfläche der Alufolie, um die erforderlichen Bilder nach Kundenvorlage zu schaffen. Das Bild wird dann durch Anstrahlen mit einer normalen Lichtquelle reflektiert. Dabei wird auf Farben, Tinten oder Drucksysteme verzichtet, die derzeit am Markt erhältlich sind.

Alan Moffat sprach von „einer hervorragenden technischen Entwicklung, die interessante Gestaltungsmöglichkeiten bietet“. ///

Der Seallite®-Deckel der **Ardagh Group** beeindruckte durch seine Schutz- und Aufreiß-Merkmale. Der neuartige Deckel wird für Trockennahrung genutzt, indem man eine vorgeformte Membran aus einem Alufolienverbundband heraus-schneidet, während gleichzeitig der obere Rand und der Dorn der geformten Dose erhitzt wird. Der Foliendeckel wird direkt auf den Dosenhals aufgesiegelt, die Verpackung anschließend an den Kunden ausgeliefert, wo sie kopfüber abgefüllt und verschlossen wird.

Nach der Befüllung und Stapelung wird der außen gerundete Saum unter Druck gesetzt. Auf die Seallite®-Membran wirkt dagegen keine Kraft. Die Gestaltung des gasdichten Seallite®-Deckels er-



Ardagh Group - Seallite® lid

möglicht eine höhere Füllmenge, der Innendruck stabilisiert die gesiegelte Oberfläche. Eine Kunststoffkappe ist nicht erforderlich. Der gerundete Dosenrand garantiert sicheres Öffnen und Hantieren.

„Diese technisch raffinierte Lösung ist sehr effektiv und bietet deutliche Material- und Gewichtseinsparungen“, betonte Alan Moffat.

Der Deckel wird geöffnet, indem man an einer gekennzeichneten Stelle auf die Membran drückt und sie dann abzieht. So gelangen keine Alufolienreste in die Dose. Hinweise zum Öffnen können auf den Deckel aufgedruckt oder geprägt werden. Der Seallite®-Deckel und die Dose lassen sich in bis zu sechs Farben bedrucken. ///

Auch **Selig** gewann eine Trophy in dieser Kategorie, s. Consumer Convenience gegenüber. ///

Alufoil Trophy 2011 - die Gewinner

Einfachheit bringt echten Mehrwert */// Consumer Convenience*

— Einfachheit trägt oft zu mehr Convenience bei. Das Zusammenspiel von kundeninitiierten Produktentwicklungen und Verpackungslösungen brachte einige herausragende Sieger hervor.

Die Easy-open-Lasche Lift 'n' Peel™ von **Selig** zeugt von einem großen Verständnis für Ergonomik. Die induktive Heißsiegelung des PET/Alufolien-Verbundes garantiert Originalitätsschutz; die Folie lässt sich gut anfassen und abziehen.

Die jüngste Version von Lift 'n' Peel™ verbessert das Branding und die Werbemöglichkeiten durch die Einführung eines Zehnfarbendrucks auf der Siegeloberfläche und der Aufreißlasche. Die Siegelunterseite kann ebenfalls für spezielle Zwecke, z. B. Gewinnspiele, bedruckt werden. Vorteilhaft ist zudem die Frischegarantie für den Verbraucher, während die absolute Dichtigkeit auch Herstellern und Einzelhändlern Vorteile bringt.

Die Lift 'n' Peel™-Lasche ist auf der Innenversiegelung angebracht, sodass sich der Peel-off-Verschluss einfach und leicht abziehen lässt.

„Eine genial simple Lösung. Die einfache Handhabung bietet leichten Produktzugang, ohne dass der Verbraucher auf Küchenhilfen zurückgreifen muss. Und auch die Fingernägel bleiben heil. Wenngleich keine Marktneuheit, zeichnet sich diese neue „Siegel-Generation“ doch durch zahlreiche Verbes-



Selig - Lift 'n' Peel™

serungen aus. Dazu zählt auch die Verwendung von PET als Verbundpartner“, erklärte Alan Moffat.

Diese Merkmale brachten Selig auch in der Kategorie Produktschutz eine Alufoil Trophy, siehe gegenüber. ///

Die glattwandige 110-µm-Backform von **Bachmann Aluminium**, mit Klarsichtfolie versiegelt und einem Faltschachtel-Verkaufskarton versehen, enthält eine Brotfertigmischung für „Küchenmeister

Backschälchen“. „Die Einheit aus Produkt und Verpackung ist ideal für Leute mit wenig Zeit, die trotzdem gerne backen, aber nicht bei Null anfangen wollen“, erklärte Alan Moffat.

Die Fertigmischungen werden in einer ovalen Alufolienschale angerührt und in den Ofen geschoben. Die Schale verträgt hohe Temperaturen und lässt das Brot aussehen, als käme es direkt vom Bäcker. Die Aluschale garantiert zusammen mit der luftdichten Versiegelung eine neunmonatige Haltbarkeit der Brotmischung. Der Faltschachtel-Verkaufskarton enthält Infos zur Zubereitung mit einem Vorher-Nachher-Vergleich von Backmischung und fertigem Brot. ///



Bachmann Aluminium - „Küchenmeister Backschälchen“

Leuchtende Beispiele für Erfindungsreichtum */// Marketing + Design*

— Zwei außergewöhnliche Entwicklungen, die durch technische Raffinesse und Originalität Blickfang im Supermarktregal sind.

Ancor Flexibles Zupthens „diamantgeschliffener“ Alufolienbehälter für Premium-Nassfutter hat 96 glänzende Fassetten, die durch Tiefzieh-Kaltumformung erzeugt werden. Die 130 µm dünne Alubasisfolie bietet hohe Steifigkeit und hat einen Außenschutzlack. Der Behälter wurde für Arovit, einer innovativen Marke für Tiernahrung, entwickelt und

ist mit einem Easy-peel-Alufoliendeckel verschlossen. Der hohe Barrierschutz der Alufolienschale sorgt für lange Haltbarkeit und erlaubt die Sterilisation bei hohen Temperaturen. „Die reflektierende Diamant-Form schafft eine herausragende, faszinierende und ins Auge springende Verpackung“, so Alan Moffat. ///

Das Expertenteam von **Rotomac** hat eine kostengünstige mikro-geprägte Alu-Haushaltsfolie entwickelt, die auch für Anwendungen im Massenmarkt interessant ist. Bisher ist mikro-geprägte Alufolie kostenbedingt eher ein Nischenprodukt. Durch die Verbindung der bislang getrennten Prozesse Wickeln und Mikroprägung gelangt nun sowohl einfache wie aufwendig geprägte Haushaltsfolie für alle Folienveredler in wirtschaftliche Reichweite.

Dank der speziellen Merkmale der geprägten Folie kann die Foliendicke im Vergleich zu herkömm-



Rotomac - mikro-geprägte Alu-Haushaltsfolie

lichen, ungeprägten Folienrollen reduziert werden. Das senkt die Materialkosten bei gleicher Rollenlänge. „Diese innovative Entwicklung wird sich gewiss im Massenmarkt durchsetzen“, sagte Alan Moffat.

Rotomacs neu entwickeltes Modell 145s G umfasst eine Abwickleinheit für blanke Folie, eine Wickleinheit sowie Prägeeinheit, die die Integration und Synchronisation mit der Hauptmaschine erlaubt. ///



Ancor Flexibles Zupthens - „diamantgeschliffener“

Alufoil Trophy 2011 - die Gewinner

Entwicklungen von Rang und Namen /// Technische Innovation

— Das Streben nach Höchstleistung brachte in dieser Kategorie Gewinner im Verpackungssegment und bei technische Anwendungen hervor.

Ancor Flexibles und die **Ardagh Group** gewannen mit ihrer innovativen zweiteiligen Metalldose für „Easy Scoop“-für Säuglingsnahrung von Nestlé.

Easy Scoop zeichnet sich durch einen neuen Tiefziehdeckel der Ardagh-Gruppe aus, der eine Alufix® Dry Pro Peel-off-Membran von Ancor Flexibles Singen verwendet und Platz für einen Löffel bietet. Der Boden des Stahldeckels mit einer Alufolienmembran wird auf den inneren Teil des Ringes gesiegelt. Die Verpackung ist außerdem mit einer Kunststoffkappe ausgestattet.

Auf der leicht abziehbaren Alufix®-Membran mit Aufreißblase befindet sich der Löffel und ein Infoblatt. Nach Entfernen der Sicherheitsmembran lässt sich der Löffel einfach auf dem inneren Deckelrand aufbewahren, ohne mit der Säuglingsnahrung in Berührung zu kommen. So hat man den



Ancor Flexibles und die Ardagh Group.- Nestlé Easy Scoop

Löffel griffbereit bei Wahrung der Hygiene und Lebensmittelsicherheit.

„Das technische Konzept der Versiegelung bietet viele Einsatzmöglichkeiten. Damit tun sich zahlreiche weitere Märkte für diese interessante Entwicklung auf“, erklärte Alan Moffat.

Ancor Flexibles hat mit der 60 µm dünnen Peel-off-Alumembran die derzeit wohl dünnste Heißsiegelfolie im Markt entwickelt. Ein neuer Sieglack erleichtert das Abziehen der Membran. Zum Abziehen von Alufix® DryPro braucht es nur halb so viel Kraft wie bei traditionellen Ring-pull-Deckeln. Die Verpackungslösung bietet dank der Alufolie ausgezeichneten Barrierschutz. Beim Öffnen entstehen keine scharfen Kanten, Schnittverletzungen sind damit ausgeschlossen. ///

PPPeel-Platinen für Milchgetränke waren die Trumpfkarte für **Constantia Teich**. Die alufolienbasierten Platinen mit patentierter Coextrusionsbeschichtung versiegeln den Becher. Die neue Beschichtung bietet technologische Verbesserungen beim Verschließen von Trinkjoghurts und anderen Milchgetränken.



Constantia Teich - PPPeel

Die Easy-open-Abziehdeckel werden bei unterwegs-Getränken immer beliebter. J. Bauer setzt sie für das Mövenpick-Sortiment von Milchgetränken im Trinkbecher inklusive deren Joghurtgetränke und Ready-to-Drink-Kaffees ein. „Eine echte Innovation, die zugleich ressourceneffizient ist“, so Alan Moffat.

Von Constantia Teich entwickelt und veredelt, garantiert PPPeel ausgezeichnete Siegeleigenschaften und sanftes, einfaches Abziehen ohne die Gefahr des Verschüttens. Vorteilhaft sind auch das weite Siegel Fenster von 200 bis 280 °C und die hohe Korrosionsbeständigkeit. PPPeel wird im Tiefdruck mit bis zu acht Farben bedruckt. Die Deckel sind geprägt und ungeprägt erhältlich. ///

Welch wichtige Rolle Alufolie in unterschiedlichsten Märkten spielt, zeigt die hitzebeständige OHLER®-Abdeckung von **Novelis Packaging & Converting Products**. Sie schützt temperatursensible Bauteile in der Automobilindustrie. Aufgrund der hoch re-

flektierenden Eigenschaft von Alufolie und ihrer flexiblen Struktur ist die Abdeckung perfekt für schwierige Einbauten geeignet.

Von Alan Moffat als „technisch anspruchsvolles und originelles Produkt“, beschrieben, schützt die Abdeckung gegen Strahlungshitze von Pkw- und Lkw-Motoren. Dank eines PU-beschichteten Glasfasergewebe/PET/Alufolien-Verbundes kann sie in flexibel in Form gebracht und mittels Edelstahl-Druckknöpfen in Fahrzeugen fixiert werden, oder auch durch Kevlar-Garn und Haftverschlüsse, was die Montage erleichtert. Hauptanwendungen sind

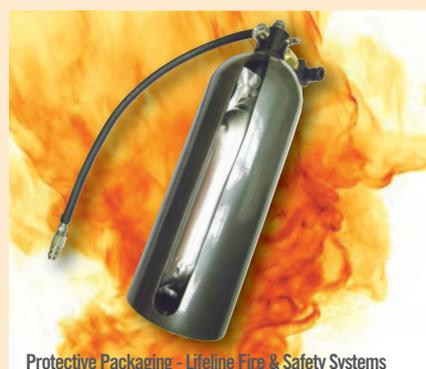


Novelis Packaging & Converting Products - hitzebeständige OHLER®-Abdeckung

der Schutz von Kabeln, Flüssigkeitsleitungen und Motorkomponenten in der Nähe von Wärmequellen (z. B. Auspuffrohren). Dank ihrer ausgezeichneten Materialeigenschaften hält die Abdeckung Hitze bis zu 800 °C stand. ///

*Der Brandschutzbeutel von **Protective Packaging** für die Produktreihe Zero 360 der Firma Lifeline Fire & Safety Systems ist ein weiteres Beispiel für eine ungewöhnliche Anwendung von Alufolie.*

Der Alufolienverbundbeutel hat einen geschweißten Aufsatz, der ein Feuer-



Protective Packaging - Lifeline Fire & Safety Systems

löschmittel enthält; genutzt wird der Beutel im Motorsport und in der Verteidigungsindustrie.

Der Beutel aus einem PET/ALU/OPA/LDPE-Verbund mit dem brandhemmenden Mittel im Aufsatz wird flach oder in zylindrischer Form angeboten. Er befindet sich in einem Aluminiumzylinder, der unter hohem Druck steht und Stickstoff als Treibmittel verwendet. Steigt die Temperatur plötzlich an, drückt der Stickstoff den Beutel zusammen und das Brandbekämpfungsmittel wird durch ein Ventil und zwei Auslässe freigesetzt. Der vorgefertigte Alufolienverbund verhindert, dass Stickstoff in die Brandschutzsubstanz gelangt, und verbessert die Haltbarkeit und Einsatzfähigkeit des Feuerlöschers. ///

Alufoil Trophy 2011 - die Gewinner

Neue Ideen als Antwort auf Umweltfragen /// Ressourceneffizienz

— Angesichts einer wachsenden Sensibilisierung für Umweltfragen über die gesamte Beschaffungskette bis zum Endverbraucher sind stets aufs Neue innovative Ideen gefordert.

AMPAC Flexibles Entwicklung eines sterilisierbaren, alufolienbasierten Standbeutels mit Zip-Verschluss für Sprout Babynahrung überzeugte durch die erfolgreiche Kombination von Ressourceneffizienz und Verbraucherfreundlichkeit.

Der Standbeutel spart bei Transport und Lagerung Platz und Gewicht, er ist, anders als Gasbehälter, außerdem bruchstabil. So entsprechen 26 Lkw-Ladungen unbefüllter Glasgefäße oder Dosen einer Lkw-Ladung mit leeren, flexiblen Beuteln. Der Juryvorsitzende Alan Moffat beschrieb Sprout Baby als „inspirierte Alternative zu Dosen und Glasbehältern“.



AMPAC Flexibles - Sprout Baby

Die neue Verpackung wurde zusammen mit Sprout entwickelt, die eine nachhaltigere und praktischere Verpackungslösung für ihre Babymarke wünschten. Die Verpackung nutzt Ampacs spezielle Aufreißtechnologie mit sterilisierbarem und wiederverschließbarem Zipper. Der im Achtfarb-Rotationstiefdruck bedruckte Beutel besteht aus vier Lagen (PET/ALU/OPA/OPP), hat gerundete Ecken und einen PP-Zipverschluss mit Einreißkerbe.

Dank speziell konstruierter Aufreißigenschaften lässt sich der Beutel leicht und gerade öffnen. Dank Zip-Verschluss kann das Produkt für mehrere Portions-Mahlzeiten genutzt werden. ///

Innovative Excellence-Anwendungen /// Excellence-Kategorie

— Eine Vielzahl von Einsendungen mit unverwechselbaren, ungewöhnlichen und innovativen Merkmalen veranlasste die Jury zu kategorienübergreifenden Auszeichnungen.

Die Jury zeichnete **Constantia Teich** für ihre Alufolienschale mit integriertem Recyclinglogo mit einer weiteren Trophy aus. Das Logo bzw. die Logo-Serie wird im Gegensatz zu einer Prägung oder einem Aufdruck so in die Alufolie eingearbeitet, dass es Teil des Materials ist.

Am Ende des Walzprozesses wird in definierten Bereichen durch gezielte Abweichungen in der Rautiefe der Alufolie ein Bild auf der Folienoberfläche erzeugt. Im Unterschied zu einer konventionellen Prägung wird bei diesem raffinierten Verfahren das Material nicht verformt. Die Grafik kann auf der Folie ein- oder beidseitig sichtbar eingearbeitet werden.

Der Einarbeitungsprozess verändert nicht die Alufoliendicke. Auch die physikalischen Eigenschaften des Materials, seine Maschinengängigkeit und der

Verarbeitungsprozess bleiben erhalten. Alan Moffat kommentiert: „Das Verfahren bietet etwas wirklich Neues und ist auch für Unternehmen gedacht, die ihre Produkte vor Raubkopie schützen wollen.“

Die Technologie ist perfekt geeignet für Premiumprodukte mit anspruchsvollem Verarbeitungsprozess einschließlich der Sterilisierung und anderer anspruchsvoller Konservierungsprozesse von Lebensmitteln. ///

SCA Cool Logistics Temperaturkontrollsystem ZeoCool wurde wegen der innovativen Verwendung von Alufolie ausgezeichnet, dank der eine Verpackungslösung speziell im Pharma- und Medizinbereich gefunden wurde. Hier kommt es oft auf enge Temperaturfenster beim Transport an.

Während Standardsysteme Kühlkomponenten verwenden, die für Temperaturabweichungen anfällig sind, ist ZeoCool ein autonomes System, das eine patentierte Technologie in einem Aluminiumgehäuse nutzt. Die sechs Stellflächen im Innern der Box werden durch Verdunstungskälte zur Kühlung und eine wärmeliefernde Reaktion zum Heizen auf konstante Temperatur gehalten. Eine externe Energiequelle ist nicht erforderlich. Die Alufolie wird von Wipf veredelt und geliefert.

ZeoCool ist das einzige System, das den Wechsel des Aggregatzustandes von flüssig zu gasförmig nutzt. Dies erfolgt durch Druckabsenkung im In-



SCA Cool Logistics - ZeoCool

nen des Behälters, was wiederum in Reaktion mit der Außentemperatur geschieht. Einfache Aktivierung eines Druckknopfes löst den Kühlvorgang aus.

„Dies ist ein wunderbares Produkt für vielfältige Anwendungen, etwa für den Transport von sensiblen Arzneien in entfernteste Regionen der Welt oder in Katastrophengebiete. Die Handhabungshinweise erwiesen sich bei einem Test als klar und leicht verständlich. ZeoCool funktionierte perfekt“, kommentierte Alan Moffat. ///



Constantia Teich - Alufolienschale mit integriertem Recyclinglogo

BBQ time

Auf der interpack 2011 wird es heiß, sehr heiß

— Alufolie der perfekte Partner für Grillfeste

Das internationale Flair der interpack 2011 wird durch die von der EAFA gesponsorte alufoil BBQ Arena erweitert, in der professionelle Barbecue-Teams aus der ganzen Welt den Besuchern ihre Grill-Fähigkeiten präsentieren. Dieses fröhliche Spektakel wird vier Mal am Tag stattfinden und



dem Besucher die nützlichen und vielfältigen Eigenschaften aufzeigen, die Alufolie beim Kochen und Grillen bietet. Es wird auch Gelegenheit geben,

die fantastischen Gerichte zu probieren, die die Teams aus den verschiedensten Ländern zubereiten. Die kreativen und optisch ansprechenden Grillgerichte erstrecken sich auf Fleisch, Fisch und Gemüse – fast alles mit Alufolie oder Alufolienbehältern und -schalen zubereitet.

„EAFA freut sich darauf, diese tolle Veranstaltung zu unterstützen. Sie wird nicht nur die Messe bereichern, sondern auch die kreativen Möglichkeiten von Alufolie in der Welt des Grillens ins rechte Rampenlicht setzen“, erklärte EAFA Communication Director Guido Aufdemkamp.

Die alufoil BBQ Arena befindet sich vor den Hallen 10 und 11. Besucher finden EAFA in Halle 11, Stand A37.

interpack 2011, Düsseldorf, 12. bis 18. Mai. ///



Willkommen in der Welt der Grill-Meister

Die **Alufolien-Reise** in die Welt der Grillfeste wird auf der offiziellen Grill- und Barbecue-Weltmeisterschaft in Gronau vom 20. bis 22. Mai fortgesetzt. Hier begrüßen der Hauptsponsor Alufolie und die World BBQ Association die Weltelite des Barbecue. Mehr als 80 Teams aus aller Welt werden etwa 80.000 Besuchern ihr Können in den verschiedenen Disziplinen am heißen Rost demonstrieren.

Die Mannschaften werden durch zahlreiche Alufolienprodukte unterstützt, die für die kreative Vor- und Zubereitung der vielfältigen Gerichte quasi unverzichtbar sind, um die leckeren Gerichte zuzubereiten und vorzuführen. Die Besucher erhalten

Gelegenheit, die Lebensmittel und Gerichte zu kosten, und können sich hilfreiche Tipps holen, wie man Alufolie am besten beim Grillen einsetzt. Am Finaltag der Weltmeisterschaft wird die EAFA die Sieger-Trophäe der Barbecue-Weltmeisterschaft 2011 überreichen.

Die Veranstaltungen mit Material von Hydro Aluminium, ITS Foil & Rewinding und der Behälterhersteller Bachmann Aluminium sowie Constantia Teich unterstützt. Das anschließende Recycling der Materialien wird durch die Deutsche Aluminium Verpackung Recycling GmbH (DAVR) organisiert.

Visit: www.gbaev.de ///

Optimistisch dank steigender Alufolienproduktion in Europa

Die **Alufolienproduktion in Europa** ist 2010 fast auf das Vorkrisen-Rekordniveau von 2006 zurückgekehrt und hat damit den drastischen Einbruch während der Wirtschaftskrise 2008 überwunden.

Laut den EAFA-Zahlen stiegen die Auslieferungen um 10,6% auf 850.300 Tonnen (2009: 768.600 t). Dies lässt die Branche optimistisch nach vorn blicken. EAFA-Präsident François Coëffic: „Die

Produktion hat das Vorkrisenniveau von 2006 fast wieder erreicht. Auch wenn die wirtschaftliche Entwicklung heute noch unsicher ist, kehrt die Zuversicht zurück. Wir sind für 2011 vorsichtig optimistisch.“

Die erfolgreiche Positionierung von Alufolie als nachhaltiges und wirtschaftliches Material wirkt sich positiv auf den Aufwärtstrend aus. Die Zahlen

für 2010 zeigen eine starke Nachfrage nach Verpackungen und technischen Produkten. Dünnere Folie, vor allem für flexible Verpackungen und Haushaltsfolie, legte um 9,8% zu, während dickere Folie für Behälter sowie Anwendungen in den Bereichen Automotive, Bau und Industrie ein Plus von 16% verzeichnete. Die Exporte in Nicht-EAFA-Länder stiegen um 4,1%.

www.alufoil.org ///



EAFA European Aluminium Foil Association

Die internationale Organisation der Hersteller von Aluminiumfolien und -behältern sowie von Haushaltsfolien und Flexiblen Verpackungen.



— 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**