

Foil Packs of the Year 2002

VIelfalt, INNOVATION und KREATIVITÄT

Die Gewinner des EAFA-Verpackungswettbewerbs 2002 beweisen erneut das hohe innovative Potenzial und die kreative Verwendung von Aluminiumfolie in der Welt der Verpackungen.

Aus einer Vielzahl unterschiedlichster Einsendungen hießen die Sieger des Wettbewerbs:



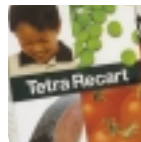
Aventis Novalgina – eine innovative fälschungssichere Durchdrück-blisterpackung für Schmerzmittel



Safeway's Roasting Joints – ofenfertiger Braten in tiefgezogenem Alufolienbehälter



Bonne Maman Petits Biscuits – ein Aluverbundbecher mit einem Deckel aus Alufolie



Tetra Recart – ein sterilisierbarer Karton-Aluverbund

INHALT

- Sieger EAFA Trophy 2002
- Beispiele weiterer Einsendungen
- Recyclingerfolg in Italien
- Neue Mitglieder
- SIAL-Preise mit Alufolie
- Website News
- Neue Vorsitzende

- „Der Verbraucher hat stets das letzte Wort“



Foil Packs of the Year 2002-Jurorin Aggie MacKenzie vom Good Housekeeping Institute

Wachstum bei Alufolien 2002

Ausblick vielversprechend

Die europäischen Alufolienhersteller haben 2002 mit 748.000 Tonnen einen neuen Absatzrekord aufgestellt. Dies ist ein Anstieg von knapp 1 % über die bisherige Bestmarke. Der Erfolg beruht vor allem auf einem starken Export: Er kletterte um zehn Prozent auf 125.000 Tonnen – ein deutlicher Beleg für das hohe Qualitätsniveau und die Wettbewerbsstärke der europäischen Hersteller auf dem Weltmarkt.

Die zweite wichtige Stütze beim Wachstum waren dünne Alufolien für flexible Verpackungen: Der Absatz stieg hier um 3 %. Flexible Verpackungen gewinnen in den Regalen der Supermärkte immer mehr an Bedeutung. Doch wird die wahre Marktentwicklung durch die gewichtsbezogenen Absatzzahlen unterschätzt. Dank immer dünnerer Alufolien ist das Marktwachstum, in Verpackungseinheiten gemessen, deutlich höher.

Nur der Absatz von dickeren Folien für überwiegend technische Anwendungen ging 2002 infolge der schwachen Konjunktur zurück.

EAFA-Präsident Livio Frigerio dazu: „Das exportgetriebene kontinuierliche Wachstum in den letzten Jahren belegt die führende Position der europäischen Alufolienindustrie hinsichtlich Qualität und Wettbewerbsstärke. Dies drückt sich auch in der Substitution starrer Verpackungen zu unseren Gunsten aus. Auch für das erste Quartal 2003 erwarten wir nach ersten Berichten der Alufolienhersteller eine anhaltend starke Nachfrage.“



Aventis Novalgina – ein innovatives Sicherheitsdesign

WINNER

Gerade bei Pharmaprodukten gilt es Fälschungen zu verhindern. Der neue Durchdrückblister Novalgina wurde genau aus diesem Grunde entwickelt: Er verhindert, dass minderwertige Präparate als Originalartikel ausgegeben werden und schützt so vor finanziellen Verlusten und Gesundheitsrisiken.

Alufolien werden seit langem bei Durchdrückblistern verwendet, doch geht die Novalgina-Verpackung von Aventis mit Blick auf Produktidentität und Sicherheit einen entscheidenden Schritt weiter. In der von der deutschen Hueck Folien entwickelten Alufolie ist ein Hologramm mit dem Aventis-Markennamen zusätzlich zum Produktnamen Novalgina eingearbeitet. Hologramm und Druckelemente werden präzise zueinander platziert, was Fälschungen praktisch unmöglich macht.



Das spezielle Aventis-Hologramm beeinträchtigt die Maschinengängigkeit der verwendeten 20 µm dünnen Alufolie nicht.

Die Sicherheitsfolie bietet ein Höchstmaß an Marken- und Produktschutz. Die hohe grafische Brillanz schafft beim Verbraucher mehr Vertrauen; die Marke und der mit dem Produkt verbundene Wert werden bewusster wahrgenommen.

Bonne Maman Petits Biscuits – kreativer Einsatz eines bewährten Materials

WINNER

Jeder weiß, dass Kekse vor Licht und Feuchtigkeit geschützt werden müssen. Was also stimmt dann nicht mit den herkömmlichen Keksverpackungen?

Sie sind phantasielos – im Vergleich zum EAFA-Trophy-Sieger!

Bonne Maman ist eine in der ganzen Welt bekannte Marke. Das rotweißkarierte Gingham-Muster, das die Deckel von Marmeladen schmückt, vermittelt das Gefühl von hausgemachter Qualität mit

frischen, hochwertigen Zutaten. Es ruft das Bild von einer gemütlichen Küche aus Großmutterns Zeiten wach, in der hausgemachte Kuchen und Kekse zubereitet werden.

„Petits Biscuits“-Verpackungen greifen dieses tradierte Bild auf und übertragen es auf unsere heutige Zeit. Die Verpackung assoziiert Gemütlichkeit - zu einer spontanen Tasse Kaffee oder Tee wird eine Packung Kekse aufgemacht.

Die Jury war begeistert, wie die Markenpersönlichkeit eingefangen wurde, ohne Konzessionen bei der Verpackung zu machen. Tatsächlich steckt hinter der heimeligen Aufmachung eine sehr moderne Verpackungstechnik. Die Kekse sind dank des mit Aluminium kaschierten Bechers aus Karton ganz und gar vor Licht und Feuchtigkeit geschützt. Der Becher hat eine aufgesiegelte Membran aus Alufolie, die sich leicht abziehen lässt. Als Verschluss dient der rotweißkarierte Kartondeckel.

Die Bonne Maman-Verpackung für Petits Biscuits erhielt die EAFA-Trophy für ihre phantasievolle, elegante und technisch ausgereifte Verwendung eines Verpackungsmaterials, das hohen Schutz bietet.



Tetra Recart –

WINNER

Bedeutener Fortschritt bei steril verpackten Lebensmittel

Als erstes voll sterilisierbares Karton-Aluverbundsystem ist Tetra Recart ein deutlicher Fortschritt, um flexible Verpackungen im Markt für Lebensmitteldosen zu etablieren.

Die Verbundstruktur dieses bahnbrechenden Systems besteht aus einer Alufolie, einem wasserfesten Karton und hitzebeständigen Polymerbeschichtungen. Aus dem flexiblen Material wird ein rechteckiger Behälter geformt, der beim Sterilisieren des Füllguts 130 °C Hitze und 100 Prozent Luftfeuchtigkeit über mehr als zwei Stunden aushält. Die Alufolien-Sperrschicht spielt eine Schlüsselrolle



in dieser Verpackung: Sie garantiert eine Lagerfähigkeit bis zu zwei Jahren.

Die Verpackung ist platzsparend, leicht und reduziert Logistikkosten über alle Prozessstufen bis hin zum Einsatz im Handel. Unter Marketingaspekten bietet sie die Chance, das Produkt von dem der Mitbewerber abzuheben und es zum Blickfang in den Regalen der Supermärkte werden zu lassen. Ein perforierter Verschlussstreifen macht es dem Verbraucher leicht, die Verpackung zu öffnen. Und Tetra Recart schont Ressourcen und kann problemlos recycelt werden.

Mit der Auszeichnung „Foil Pack of the Year“ haben die Juroren am Beispiel von Friskies Winalot „Simply Fresh“ den bedeutenden Fortschritt durch Tetra Recart bei der Verpackung von sterilisierbaren Lebensmitteln anerkannt.

Mit Tetra Recart gibt es jetzt eine starke Alternative in einem bislang von der Weißblechdose dominierten Markt.

Safeway-Braten

WINNER

in einem neuen, tieferen Alufolienbehälter

Die Idee eines ofenfertigen, bereits verpackt und hermetisch versiegelten Bratens wurde erstmals vor zwei Jahren realisiert. Die jetzt mit der EAFA-Trophy prämierte Verpackung geht über diese Idee hinaus – dank einer technischen Weiterentwicklung, durch die Alufolienbehälter bis zu 70 mm tief geformt werden können. Mit der neuen Technik können nun größere Portionen Fleisch verpackt und ein größerer Markt erschlossen werden.

Die Verpackung bietet mehrere Vorteile:

- für den Verpacker einen stabilen, sterilen Behälter, der einfach zu handhaben ist
- für den Handel eine versiegelte Verpackung, bei der nichts ausläuft und die dank der modifizierten Schutzatmosphäre länger lagerfähig ist
- für den Verbraucher die bequeme Handhabung, indem der Verschluss einfach abgezogen und der Braten samt Verpackung in den Backofen geschoben wird

Das glattwandige Design signalisiert eine schlichte, moderne und hygienische Verpackung. Branding, Produktdetails und Zubereitung finden



sich auf einem Beipackzettel. Der von Safeway genutzte EAFA Trophy-Sieger wurde von der englischen Nicholl Food Packaging hergestellt und eingereicht. Ähnliche Verpackungen werden mittlerweile auch von Supermarktketten wie Marks & Spencer geführt.

Für die Juroren spiegelt sich in der neuen Safeway-Verpackung eine verbesserte Technik wider, von der auch der Verbraucher profitiert: durch größere Auswahl, Convenience, Hygiene und Produktqualität. Der verwendete Alufolienbehälter ist vollständig wiederverwertbar.

Vielfalt – der Leitgedanke 2002

Beispiele weiterer Einsendungen:

Baco Release™ Antihaft-Haushaltsfolien

Alu-Haushaltsfolien sind eigentlich kein Verpackungsprodukt. Doch haben die Juroren die neue Baco Release™ als innovative Anwendung für Alufolien akzeptiert, da sie auch Verpackungszwecken dienen kann. Es handelt sich um eine Innovation, die zu weiteren Entwicklungen führen könnte – etwa bei Alufolienbehältern. Release™ von der englischen Baco Consumer Products ist die erste Alu-Haushaltsfolie mit Antihaftbeschichtung. Sie ist nicht nur ein Segen für jeden Koch, sondern sorgt auch für weniger Verschwendung von Lebensmitteln. Sie lässt sich mehrmals wiederverwenden und es treten geringere Verunreinigungen beim Aluminiumrecycling auf. Backpfannen verschmieren nicht so stark und es bleibt auch keine Alufolie mehr an den Gerichten haften. Die Antihaftseite der Folie erkennt man an ihrem geprägten Muster.

Baco Release™ wurde mit dem Innovationspreis des Good Housekeeping Institute ausgezeichnet.



Petit Navire-Tunfisch in flexibler Beutelpackung

Ein neues Konzept für bisher in Dosen verpackten Tunfisch bringt wirtschaftliche Vorteile bei der Fertigung sowie Einsparungen beim Gewicht und in der Logistik. Der Verbund von Pechiney Soplaril Flexible Europe bietet vollen Schutz des sterilisierten Inhalts gegen Licht, Sauerstoff und Auslaufen. Wegen seines geringen Gewichts ist er einfach zu handhaben. Dank des flachen Beutels durchdringt die sterilisierende Hitze schnell den Inhalt und erhält so den Geschmack. Außerdem belastet die leere Verpackung kaum den Müll und ist problemlos zu verwerten.



„Der Verbraucher hat das letzte Wort“

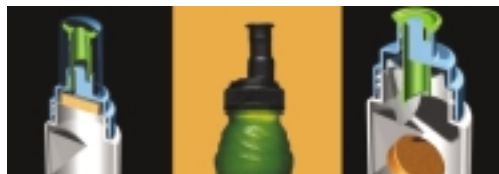
Der Jury gehörte auch Aggie MacKenzie an. Sie ist Associate Editor des Good Housekeeping Institute in London. Ihr Kommentar angesichts ihrer ersten Teilnahme an einem EAFA-Verpackungswettbewerb: **„Ich finde es großartig, dass der Nutzen für den Verbraucher im Vordergrund dieses Wettbewerbs steht. Auch wenn die heutigen Verpackungstechniken beeindruckend sind, muss das primäre Ziel jeder Innovation sein, das Beste für den Endverbraucher zu liefern – nicht nur top Produktqualität, sondern auch Convenience und Sicherheit. Der Verbraucher hat immer das letzte Wort.“**

Kohlensäure auf „Knopfdruck“ – für Energy Drinks

Ein Widerspruch, der sich schnell auflösen lässt: Sobald man die versiegelte Alufolienkapsel im Flaschenverschluss durchstößt, wird Kohlensäure freigesetzt. Die Kapsel umgibt und schützt Vitamine und andere Nährstoffe dieses Fitness-Drinks „Ikon Energize Tabology“.

Das „Ikon“-Getränk wurde von der neuseeländischen Dynamic Design

eingereicht. In Europa wird es von der Schweizer SwissCo Services vermarktet.



SIAL d'OR-Gewinner :

häufig mit Alufolie

Rund ein Drittel der 37 Lebensmittelprodukte, die auf dem Salon Internationale de l'Alimentation (SIAL) 2002 mit dem SIAL d'Or Innovationspreis ausgezeichnet wurden, nutzen Verpackungen, die Alufolie enthalten.

Zu den Preisträgern zählten Fruchtsäfte und vitaminisierte Milch in alukaschierten Kartonverpackungen, Fruchtbrei in mit Alufolie kaschierten Portionsbeuteln mit Schraubverschluss, Joghurt-Spezialitäten in Behältern mit Alufoliendeckeln, Tunfisch und vorgekochte Gerichte in sterilisierbaren Verbundstandbeuteln sowie Kaffee und Tee in sich selbst erheizenden Alutassen mit Alufoliendeckel.

Nähere Details finden Sie unter www.sial.fr

E-Commerce-Leitfaden der EAFA für INTERNET AUKTIONEN

Unterstützung durch weitere Verbände

Weitere fünf Verbände aus dem Verpackungssektor haben sich jüngst der EAFA-Initiative für faire Handelspraktiken bei Internet Einkaufs-Auktionen angeschlossen. Damit wird der Leitfaden der EAFA nun von elf Verbänden unterstützt. Sie repräsentieren über 6.000 europäische Firmen mit einem Gesamtumsatz von 90 Mrd. Euro.

Eine aktualisierte Version des Leitfadens ist als pdf-Datei auf der EAFA-Website erhältlich.



Herunterzuladen von alufoil.org

Nachhaltige Entwicklung RECYCLING

Recyclingerfolg bei Aluverpackungen in Italien

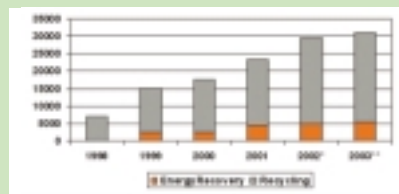
Laut dem italienischen Aluverpackungskonsortium CIAL* wurde 2002 eine Recyclingrate von über 50 Prozent erreicht. Von den 58.400 t Aluminium, die in den Verpackungssektor gingen, wurden 29.600 t recycelt (83%) oder energetisch verwertet (17%).

CIAL wird von 110 Mitgliedsfirmen getragen und repräsentiert Aluminiumhersteller und -importeure sowie Verpackungshersteller und -anwender. Ziel ist es, ein separates Sammel- und Recyclingsystem für gebrauchte Aluverpackungen zu entwickeln und über Materialeinsparungen das

Abfallaufkommen zu reduzieren. Die Mitglieder des Konsortiums sind gemeinsam dafür verantwortlich, diese Ziele effizient und kostenbewusst zu erreichen.

Dazu trifft CIAL Vereinbarungen mit Gemeinden (3.500 im Jahr 2002) zur Durchführung getrennter Sammlungen von Aluminiumverpackungen. Die Kosten dafür werden von CIAL entsprechend einem vorher ausgehandelten Betrag getragen und über eine Gebühr gedeckt, die von rund 1.000 Firmen auf alle Aluverpackungen gezahlt wird, die auf dem nationalen Markt sind.

*Consorzio Imballaggi Alluminio



EAFA-NEWS

Alufoil.org

Neuer webgestützter Service:

Studenten erhalten Chance im Ausland

Alufoil.org bietet Zugang zu einem Programm, das Studenten Ausbildungs- und Beschäftigungschancen bei Aluminium-Folienwalzern, Behälterherstellern und Veredlern eröffnet. Interessierte Kandidaten können unter „Hot Topics“ auf „**Student Job Vacancies**“ klicken und dort nach Stellenausschreibungen im Land ihrer Wahl suchen. Der Student kontaktiert dann das ausgewählte EAFA-Mitgliedsunternehmen direkt.

Marie Rushton, geschäftsführende Generalsekretärin der Internationalen Organisation der Verpackungsforschungsinstitute IAPRI, dazu: „*Dies ist eine großartige Initiative der EAFA, die jungen Menschen praktische Hilfe bei ihrer Karriereplanung bietet. Wir hoffen, dass Studenten aus der ganzen Welt diese Chance ergreifen.*“

Mehr Besucher

Im vergangenen Jahr zählte die EAFA-Website durchschnittlich 6.100 Besucher im Monat. Das ist ein Anstieg um 50 Prozent gegenüber 2001.

Alufoil.org Reference Library

Neu aufgenommen wurden Textauszüge

- aus Krones „Manual of Labelling Technology“ über Alu-Flaschenkapseln und Etiketten
- über die Alufolienherstellung aus „Aluminium Rolling Mill Technology“, einem von Achenbach erstellten Buch.

Neue Mitglieder

EAFA hat acht neue Mitglieder aufgenommen – ein Beleg für die Vorteile, die die Mitgliedschaft bietet. Die Firmen kommen aus Armenien, Deutschland, Kroatien, Österreich, Russland und der Schweiz.

EAFA-Wahlen



Auf der Jahreshauptversammlung im Oktober 2002 wurde **Dr. Livio Frigerio** als Präsident der EAFA wiedergewählt.



Vorsitzender der Veredler-Gruppe wurde **Karl Pfenninger** von Huhtamaki Ronsberg,



Vorsitzender der Behälter-Gruppe wurde **Wilson Nicholl** von Nicholl Food Packaging. Beide wurden außerdem Vize-Präsidenten der EAFA.