

interpack 2017: Fachartikel Nr. 1

Getränkeverpackungen: Individualität und Effizienz im Gleichklang

Bei Getränken muss die Verpackungsbranche zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen. Einerseits erwarten Verbraucher individuell gestaltete Verpackungen, möglichst mit Zusatzfunktionen. Andererseits dürstet es den zunehmend ökologisch denkenden Getränke-Konsumenten nach ressourcenschonend und umweltgerecht hergestellten Behältnissen. Der Branche gelingt der Spagat mit neuen Verpackungskonzepten und effizienter Fertigungstechnik immer besser.

Gastgebern als Mitbringsel einfach nur eine Flasche Sekt oder Wein zu überreichen, ist out. Vollendet schenken und Emotionen wecken mit neuen Materialien und Veredelungen, ist der neueste Trend bei den Präsentverpackungen. Die Firmen in diesem Segment entwickeln Kartons und Faltschachteln, Körbe, Holzkisten, Deko-Artikel und Tragetüten, um Geschenken besondere Wirkung zu verleihen. So werden zum Beispiel Wein- und Sektflaschen in exklusiven Geschenkkassetten in Echtholz-Haptik und Optik angeboten. Oder es finden sich verlockende Zusatz-Features in den Verpackungen. Etwa ein kleiner Lampenschirm, mit dem die leere Flasche leicht zu einer dekorativen Tischleuchte umfunktioniert werden kann – Exklusivität und Vielfalt sind Trumpf bei den Präsentverpackungen.

Was bei diesem Verpackungssegment gilt, zeigt sich auch auf dem gesamten Getränkemarkt: Wein, Sekt oder Bier allein, abgefüllt in Normflaschen, können Verbraucher kaum noch begeistern. Die Auswahl an alkoholischen, Misch- und aromatisierten Getränken

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 TO 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**


Messe
Düsseldorf


Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany
Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 AUMA
Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

und damit auch an extravaganten Flaschen ist mittlerweile so groß, dass es sich der Konsument leisten kann, wählerisch zu sein. Wer ihn überzeugen will, muss mit seinem Produkt auf den ersten Blick aus der Masse hervorstechen. „Die Ästhetik – und damit Emotion – rückt bei Verpackungen immer stärker in den Vordergrund und spielt beim Warenkonsum eine immer entscheidendere Rolle. In einer komplexen Welt gilt das umso mehr, denn es spart Zeit, wenn der Bauch und nicht der Kopf entscheidet“, sagt Andreas Steinle vom Zukunftsinstitut, einer Denkfabrik für Trend- und Zukunftsforschung.

Top-Trend Individualität und Differenzierung

Die Mineralwassermarke evian etwa, die von Danone Waters vertrieben wird, treibt immensen Aufwand, um die Einzigartigkeit ihrer Produkte in Szene zu setzen. Sie nutzt bei ihren Prestige-Kunststoffflaschen die neue „Nature MultiPack“-Technologie, eine Verpackungsinnovation, die einzelne PET-Flaschen durch die Nutzung spezifischer Klebstoffe so miteinander verbindet, dass sie sich individuell ausrichten und später problemlos voneinander lösen lassen. Auch beim Design geht Danone außergewöhnliche Wege: Zum neunten Mal bringt evian seit 2008 eine Limited Edition heraus, bei der die Wasserflaschen von bekannten Modedesignern entworfen werden. 2016 hat der amerikanische Modeschöpfer Alexander Wang das Verpackungsthema Barcode aufgenommen und durch weiße und schwarze Streifen auf den Glasflaschen visualisiert. Die Spielräume zwischen den Streifen und das puristische Design sollen die natürliche Reinheit von evian visualisieren. Doch nicht nur bei Edelmarken stehen Individualität und Differenzierung hoch im Kurs. Immer mehr Getränkehersteller füllen ihre Mineralwasser und Limonaden zusätzlich in kleinere 0,5-Liter-Mehrwegflaschen, damit auch kleinere Haushalte zugreifen,

oder sie bieten ihr Produkt überdies in edlen Facettenflaschen an, um etwa in der gehobenen Gastronomie zum Zuge zu kommen.

Extravagante Verpackungen bringen bei allem Nutzen aber auch Nachteile mit sich. Denn je individueller und facettenreicher die Produkte verpackt sind, desto aufwendiger und teurer ist die Verpackungsproduktion. Die höheren Herstellungskosten werden letztlich in Form höherer Preise an die Kunden weitergereicht – ein Punkt, den Verbraucherschützer häufig kritisieren. Außerdem belasten aufwendige Fertigungsverfahren und Einwegflaschen die Umwelt. Um diese Belastung zu minimieren, haben sich einige Länder teils ehrgeizige Mehrwegquoten zum Ziel gesetzt. Deutschland zum Beispiel will 80 Prozent erreichen, doch ist die Quote hier stattdessen seit 2004 von zwei Drittel auf 45 Prozent gesunken. Gleichzeitig hat die Abfallmenge aus Getränke-Einwegverpackungen seitdem um rund 30 Prozent zugenommen. Nach aktuellen Daten der deutschen Bundesregierung stieg der Verpackungsverbrauch von knapp 465.000 Tonnen damals auf 600.300 Tonnen 2014. Die Ursachen des Einwegbooms werden bei Händlern und Herstellern gesehen. Gerade beim Mineralwasser finden in Getränke- und Supermärkten Preiskämpfe statt, aber die Sonderangebote funktionieren nur mit Einwegflaschen, da das Sammeln, Reinigen und Wiederbefüllen von Plastikflaschen aufwendig ist. Politiker fordern daher unter anderem, den Einwegpfand zu einer ökologischen Lenkungsabgabe auf Einwegverpackungen weiterzuentwickeln und die Pfandpflicht auf Säfte und Nektare auszuweiten.

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 ^{TO} 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**


Messe
Düsseldorf

Ressourceneffiziente Verpackungstechnik gefragt

Auch die Verpackungshersteller stehen in der Pflicht. Sie müssen den Spagat schaffen, Gebinde einerseits wirkungsvoll in Szene zu setzen und konsumentenfreundlich zu konzipieren und andererseits Rohstoffe zu sparen und somit die Umwelt zu entlasten. Damit steigen auch die Anforderungen an die Verpackungsmaschinen. „Ein verantwortungsbewusster Umgang mit natürlichen Ressourcen und umweltschonendes Wirtschaften hat bei Herstellern von Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen einen hohen Stellenwert. Sie wissen, dass nachhaltige Produktionsprozesse bei ihren Kunden großgeschrieben werden“, sagt Vera Fritsche, Referentin im VDMA Fachverband Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen. Intelligente Steuerungs- und Automatisierungstechnik, sparsame Antriebe, Kompressoren, Lüfter oder Pumpen zählen zu den klassischen Lösungen, um Strom und Betriebsmittel einzusparen und die Energieeffizienz zu steigern. Effiziente Motoren, optimal an die Bewegungen und Beschleunigungsvorgänge in den Maschinen angepasst, senkten den Stromverbrauch. Darüber hinaus senkten innovative und optimierte Prozesse den Verbrauch von Energie und Wasser, verlängerten innovative Maschinenkonzepte die Service- und Wartungsintervalle sowie die Betriebsdauer und sparten dadurch Energie ein, so Fritsche.

Auf der interpack 2017 vom 4. bis 10. Mai 2017 in Düsseldorf können sich Besucher informieren, mit welchen Strategien und Produkten die Unternehmen den Marktanforderungen gerecht werden wollen. Interessante Einblicke in neueste Fertigungstechnologien liefert auch die begleitende Veranstaltung „components – special trade fair by interpack“, die 2014 erstmals ausgerichtet wurde und zur interpack 2017 mit einem überarbeiteten

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 ^{TO} 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**


Messe
Düsseldorf

Konzept erneut stattfindet. Die components richtet sich vor allem an die Zulieferer der Verpackungsindustrie und Unternehmen, die Antriebs-, Steuer- und Sensortechnik, Produkte zur industriellen Bildverarbeitung, Handhabungstechnik, industrielle Software und Kommunikation sowie komplette Automatisierungssysteme für Verpackungsmaschinen anbieten. Außerdem sind Hersteller von Maschinenteilen, Komponenten, Zubehör und Peripheriegeräten sowie von Komponenten und Hilfsmitteln für Packmittel angesprochen.

Upcycling – zweites Leben für Verpackungen

Dass Umweltschutz in der Getränkebranche inzwischen zu einem bestimmenden Faktor geworden ist und sogar gewinnbringend eingesetzt werden kann, zeigt das Beispiel des Smoothie-Herstellers True Fruits. Im Gegensatz zu vielen anderen Anbietern füllt er seine Drinks nicht in Plastik-, sondern in keramisch bedruckte, zylindrische 250 und 750 Milliliter Glasflaschen ab, um mit dem puristischen Design gefragte Werte wie Ehrlichkeit, Reinheit, Hochwertigkeit und Transparenz zu vermitteln. Damit die Flaschen nach dem Verzehr des Getränks nicht einfach im Glascontainer entsorgt werden, hat sich das True Fruits-Team Gedanken um die Wiederverwertung der Flaschen gemacht. Die Lösung fanden sie im sogenannten Upcycling, bei dem der eigentlich verbrauchte Gegenstand als Material für ein neues Produkt genutzt wird. True Fruits entwickelt Aufsätze, die sich einfach auf die geleerten Flaschen setzen lassen: Bisher bietet die Firma Permanent-Verschlüsse, einen Streuer für Zucker, Salz und Gewürze, einen Gießer für Öle, Essig und Saucen sowie ein Teesieb an. Die Kombination aus Vitaminen, Extravaganz und Nachhaltigkeit kommt bei Kunden offensichtlich gut an: True Fruits zählt mittlerweile zu den Marktführern bei den Smoothies.

Einen anderen Ansatz für ökologische Getränkeverpackungen bietet Biokunststoff. Coca-Cola stellte im Vorjahr die neue Generation der „PlantBottle™“ aus 100 Prozent nachwachsenden Rohstoffen vor und kündigte eine baldige Markteinführung an. Diese biobasierten Materialien der sogenannten „First Generation“ sollen langfristig aus Biomasse hergestellt werden, zum Beispiel aus Holzabfällen. Wissenschaftler der Universität Hohenheim erproben in einem Forschungsvorhaben einen anderen viel versprechenden natürlichen Rohstoff als Flaschenmaterial – Chicorée-Wurzelrüben, die bisher zur Biogaserzeugung eingesetzt werden. Die nicht genießbare Wurzelrübe macht 30 Prozent der Pflanze aus. Aus ihr gewinnen die Forscher ungereinigtes Hydroxymethylfurfural (HMF), das zur Herstellung der sogenannten PEF-Flaschen verwendet werden kann.

Innovationspotenzial in der Produktion

Bis Pflanzenflaschen die bisher gängigen PET-Flaschen ablösen, ist aber noch einige Entwicklungsarbeit nötig. Hohes Kostensenkungspotenzial besteht aber nicht nur bei den Materialien, sondern auch beim Produktionsequipment. Deshalb arbeitet die Industrie akribisch an der Verbesserung ihrer Produktionsmethoden. Ein Beispiel bietet die von der Firma Krones ausgerüstete Teefabrik der türkischen Firma Dogus Cay in Izmir. 2015 nahm sie am Standort Izmir/Ödemis eine sogenannte NitroHotfill Anlage von Krones mit einer Leistung von 22.500 Behältern pro Stunde in Betrieb. Ein Jahr nach der Installation startete ein Krones-Team vor Ort an der Anlage einen Versuch zur Verbesserung des Druckluftsystems. Nach einem Upgrade und einer einfachen Optimierung der Blasmaschine Contiform 3 ging die Anlage wieder in den normalen Betrieb. Ein Testlauf erzielte nach Unternehmensangaben außergewöhnliche Ergebnisse: Bei gleicher Behälterqualität konnten durch die Maßnahme Einsparungen beim

Druckluftverbrauch von 44 Prozent erzielt werden. Das Upgrade spare bares Geld, rund 40.000 Euro pro Jahr bei einer kalkulierten Maschinenlaufzeit von 6.000 Stunden pro Jahr.

Auch die Dortmunder Firma KHS zeigt, dass das Innovationspotenzial von Produktionsanlagen längst nicht ausgereizt ist. Das Unternehmen Mineralbrunnen Teinach nutzt zur Herstellung von PET-Flaschen seit 2007 die KHS-Streckblasmaschine InnoPET Blomax Serie III. Um den Energieverbrauch der Anlage zu senken, bauten die KHS-Experten deren Heizkasten um, in dem die PET-Preforms für das nachfolgende Steckblasen erhitzt werden. Der Effekt: Für die Mineralbrunnen Teinach GmbH ergab sich dadurch eine Energieeinsparung von mehr als 40 Prozent. Konkret ermöglicht hätten diese Einsparungen neue Reflektoren aus moderner Keramik und eine präzise angepasste Geometrie in den Heizkästen, erklärt Frank Goebel, Head of Service Engineering bei KHS. Die physikalischen Eigenschaften der Keramikelemente verbesserten durch die spezielle Konstruktion die Energieverteilung sehr positiv, sodass weniger Energie zum Erwärmen der Preforms benötigt werde. Reflektoren und Infrarotstrahler seien zudem so aufgebaut, dass der sensible Gewindebereich der Flasche nicht unnötig erwärmt werde. Die Kühlung dieses Bereiches könne reduziert werden, wodurch in Teinach zusätzlich Energie gespart werde. „Durch die höhere Effizienz ist es oftmals möglich, die Heizstrecke zu verkürzen“, erklärt Goebel. Wenn im Ofen somit weniger Heizelemente notwendig sind, dann sinkt in der Folge auch der Energieverbrauch durch Infrarotstrahler.

Bilder zum Text:

Bild 1:

Edelmarke: evian liegt mit seinen individuellen Flaschen voll im Trend. (Foto: Danone Waters)

Bild 2:

Vielseitig: Der Deckel der Smoothie-Flasche von True Fruits kann abgeschraubt und durch einen Salzstreuer oder ein Teesieb ersetzt werden. Kunden schätzen das Upcycling. (Foto: True Fruits)

Bild 3:

Unikate: Das direkte Bedrucken von Flaschen ist ein probates Mittel, um Kunden mit individuellen Motiven anzusprechen. (Foto: KHS)

Bild 4:

Energiesparer: Moderne Produktionsmaschinen wie der Contiform AseptBlock von Krones steigern die Effizienz, denn sie benötigen immer weniger Energie und Wasser. (Foto: Krones)

Bild 5:

Drei in einem: Mit dem KHS InnoPET TriBlock hat KHS eine Abfüll- und Verpackungslösung für PET-Flaschen auf den Markt gebracht, die eine Streckblasmaschine, einen Etikettierer und einen Füller integriert. (Foto: KHS)

Die passenden Bilder zum Fachartikel finden Sie online unter:

www.interpack.de > Presse Service > Pressematerial > Fachartikel

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 ^{TO} 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**

m[®]
Messe
Düsseldorf

Pressereferat Packaging and Processing Portfolio

Sebastian Pflügge

Apostolos Hatzigiannidis (Assistenz)

Tel.: +49 (0) 211/4560-464/-544

Fax: +49 (0) 211/4560-8548

Email: PflueggeS@messe-duesseldorf.de,

HatzigiannidisA@messe-duesseldorf.de

**DÜSSELDORF
GERMANY
04 ^{TO} 10
MAY
2017
INTERPACK.COM**