

Conveniente Verpackungslösungen

PRAKTISCH VERPACKT

On the Go-Konsum, kleinere Haushalte und eine immer größere Anzahl älterer Konsumenten stellen die Lebensmittel- und damit auch die Verpackungs-Industrie vor neue Aufgaben.

Das Schlagwort Convenience fasst den Trend recht passend zusammen: Verlangt werden praktische und komfortable Produkte, die den Aufwand beim Verzehr reduzieren und ein Maximum an Zusatznutzen – wie Wiederverschließbarkeit, Haltbarkeit und Transportfähigkeit – sichern. Einer der stärksten Trends ist dabei die Nachfrage nach Artikeln, die unterwegs genossen werden können. Im Zentrum stehen vor allem wiederverschließbare Packungen und Getränke-Gebinde, aus denen bequem auch ohne Glas getrunken werden kann.

Trinkbar. Der Marktführer in Sachen Getränke-Karton-Verpackungen, Tetra



Pak, hat sich diesem Thema bereits sehr früh angenommen und führt im 40-teiligen Verschluss-Portfolio z.B. mit „DreamCap“ eine Variante, die speziell für den unterwegs-Verzehr entwickelt wurde. Mit einem Durchmesser von 26mm passt der leicht zu öffnende Verschluss perfekt zu den unterschiedlichsten Trink-Gewohnheiten der Verbraucher und gibt ihnen auch unterwegs die perfekte Kontrolle über den Trinkfluss. Praktisch: „DreamCap“ kann in die bereits vorhandenen Tetra Pak-Abfüllanlagen integriert werden.

Mit „combidome“ hat SIG Combibloc ein innovatives Gebinde im Portfolio, das der Form nach einer klassischen Flasche – und damit ihren praktischen Eigenschaften – sehr nahe kommt. Der Verschluss „domeTwist“ ist mittig angebracht, wiederverschließbar und hat einen Durchmesser von 28mm.

Dank ihrer Wiederverschließbarkeit, Standfestigkeit und Wiederverwendbarkeit werden Glasgebinde von den Verbrauchern



prinzipiell als sehr praktisch wahrgenommen. Der einzige Wermutstropfen ist freilich das Gewicht. Vetropack arbeitet daher ständig an der Optimierung und präsentiert aktuell bereits viele Flaschen in einer convenienten Light-Version. Mitte 2014 wird das Angebot um die 1L-Flasche „Bordeaux Ultra“ erweitert, die um 100g leichter als ihr konventioneller Vorgänger ist.



Essbar. Out of Home wird aber nicht nur getrunken, sondern auch gegessen. Findige Ideen liefert aktuell etwa die Druckerei Bösmüller. Mit „Wurst to Go“ steht eine



witzige und zugleich praktische Verpackung für des Österreichers Lieblings-Snack bereit. Die Packung – übrigens auch in Abwandlungen für Schnitzel und andere Speisen zu haben – punktet mit einem runden Basisteil für Wurst und Saucen, einem Steckfach für die Serviette sowie einer überaus praktischen Halterung für die Semmel. Ebenfalls sehr interessant ist die „Bösmüller Crispy Box“. Die mikrowellentaugliche Verpackung aus beschichtetem Karton dient dazu, Burger durch Erhitzen und gleichzeitiges Entlüften zu regenerieren und wieder knusprig zu machen.

Praktisch in Sachen schnelles Essen sind die News aus dem Hause Mondli: Mit „NeoSteam“ hat der Verpackungs-Spezialist eine Innovation für gekühlte Mikrowellengerichte im Sortiment, die dank



Hochleistungsbarrieren die Haltbarkeit verlängert und Geschmack sowie Nährstoffe länger schützt. Vor dem Erhitzen ist praktischerweise kein Öffnen der Packung nötig. STI präsentiert mit „McMix“ wiederum eine Möglichkeit, wie eine dreiteilige Speise sauber und praktisch gehandhabt werden kann. Die Kartonfaltschachtel ist im Handumdrehen aufgerichtet, bietet drei separate Fächer und verfügt über einen integrierten Wiederverschluss. ks

FSC-FRIDAY

Am 27. September wird weltweit der FSC-Friday zelebriert. Auf diese Weise soll international auf die Bedeutung einer verantwortungsvollen Forstwirtschaft aufmerksam gemacht werden. Für Tetra Pak, deren Getränkekartons zu bis zu 75% aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz bestehen, hat die Aufklärung der Verbraucher zu diesem Thema eine immense Bedeutung. Ziel des Unternehmens ist es letztendlich, 100% des Rohstoffes, der für die Verpackungen benötigt wird, aus zertifizierten Quellen zu beziehen. Bereits jetzt weist bei 32% der im österreichischen Handel erhältlichen Tetra Pak-Verpackungen das aufgedruckte FSC-Logo auf die nachhaltige Herkunft des Kartons hin. Für verantwortungsvolle Verbraucher ist das Zeichen eine wichtige Orientierungshilfe für den bewussten Konsum.