

Oktober 2012

Flexible Verpackungen – Lebensmittel attraktiv, funktionell und schützend eingekleidet

Wenn die weltgrößte Lebensmittelmesse SIAL in Kürze in Paris ihre Pforten öffnet, werden flexible Verpackungen viele der präsentierten Produktneuheiten „kleiden“. Im Gegensatz zur Pariser Haute Couture sind flexible Verpackungen nicht nur „stylish“, sondern bieten dazu Produktschutz und Funktionalität.

Dank ständiger Innovationen im Design und technischer Fortschritte bei Verbunden, Beschichtungen und Farben sind flexible Verpackungen nie modischer gewesen. Sie bieten neben einem perfekten Produkt-Verpackungs-Verhältnis zahlreiche weitere vorteilhafte Qualitäten.

Naturgegeben sind flexible Verpackungen hoch anpassungsfähig. Raffiniertes Verpackungsdesign kann die Nachhaltigkeit von Produkten, die sie einkleiden, weiter verbessern. Die Vorteile reichen von geeigneten Portionsgrößen und wiederverschließbaren Packs, durch die sich Lebensmittel- und Verpackungsmüll minimieren lässt, über Infoaufdrucke zur richtigen Lagerung und Nutzung der Produkte bis hin zu leichten Funktionsverpackungen, die Umweltbeeinträchtigungen bei Vertrieb, Transport und Lagerung reduzieren.

Flexible Verpackungen haben einen nur geringen Anteil am gesamten Ressourceneinsatz und den Umweltauswirkungen eines Produktes, spielen aber eine entscheidende Rolle bei der Haltbarkeit von sensiblen, werthaltigen Stoffen, zum Beispiel bei Kaffee mit seinen komplexen Aromen und Ölen.

Kaffee in flexiblen Verpackungen ist zeitgemäß und Markenartikler greifen den Trend nach verbraucherfreundlichen Einzelportionen auf. Die Umweltwirkung einer Tasse Kaffee aus einer Familienpackung Kaffee ist minimal, nämlich kleiner 2% des Gesamtproduktes. Bei Portionspackungen steigt dieser Anteil auf etwa 8% bei etwa gleicher Gesamtwirkung, dafür werden aber praktische keine Lebensmittel durch Übergrößen verschwendet.

Da flexible Verpackungen aus mehreren Verbundpartnern bestehen, lassen sich Verpackungslösungen mit „perfekter Passform“ unter Berücksichtigung der jeweiligen Materialvorteile bei minimalem Ressourceneinsatz entwickeln. So sorgen zum Beispiel dünnste Sperrschichtfolien dafür, Nährstoffe zu bewahren, die Haltbarkeit zu verlängern und die Verschwendung von Lebensmitteln zu verringern.

Bei in Getränkekartons oder -beuteln verpackten Flüssigkeiten, zum Beispiel Milch oder Saft, macht das durchschnittliche Gewicht der Primärverpackung weniger als 3% des Gesamtgewichts aus. Dies ist jedoch nicht der einzige Vorteil. Durch ihren Barrierschutz sorgen flexible Verpackungen für längere Haltbarkeit bei normalen Umgebungstemperaturen und sparen so Energie ein, die sonst für die Kühlung bei Transport und Lagerung erforderlich wäre.

...

A Division of EAFA

Die vergleichsweise geringe Investition in eine flexible Verpackung für Fleisch oder Milchprodukte hilft, das Produkt und damit eine weit größere Investition in Energie und natürliche Rohstoffe zu schützen. So ist der Carbon Footprint von Käse 50 Mal höher als die Verpackung, die ihn schützt. Ein Folien/Papier-Verbund für Butter bietet perfekten Schutz bei minimalem Materialeinsatz, der nur ein Prozent des Gesamtgewichts des Produktes beträgt.

Auf der SIAL sollten jedoch auch die dekorativen Qualitäten flexibler Verpackungen beachtet werden. Neue und im Markt etablierte Verpackungsprodukte – Chips- und Snack-Beutel, Standbeutel für Suppen und Trockenprodukte, Konfekteinwickler – stellen alle den hohen Nutzen flexibler Verpackungen unter Beweis. Bessere Druckfarben und -technologien ermöglichen perfekte Produktpräsentation, stärken das Branding und unterstreichen die Produktqualität. Daher sind die SIAL-Besucher eingeladen, hinter das Produkt zu blicken und die Vorteile von flexiblen Verpackungen zu erkennen: Sie schützen auf ressourceneffiziente Weise die Produkte und verlängern die Haltbarkeit, sind zudem unverzichtbarer Teil der Marke und des Konsumerlebnisses. Sie bieten damit sowohl innere wie äußere Werte.

Flexible Packaging Europe repräsentiert die flexible Verpackungsindustrie auf europäischer Ebene. Sie beschäftigt sich mit einer Reihe von für die Branche relevanten Fragen, insbesondere mit Blick auf Lebensmittelkontakt und Umwelt/Ökologie.

Weitere Informationen:

Guido Aufdemkamp

Director Communication

Email: aufdemkamp@flexpack-europe.org