



Nachhaltig muss es sein

Neue Verpackungslösungen für Obst und Gemüse

Ganzheitliche Verpackungskonzepte, die für einen Wiedererkennungseffekt sorgen, stärken die Marke und unterstreichen die Philosophie eines Unternehmens. Der Mehrwert, der dabei für das jeweilige Unternehmen erzielt wird, ist spürbar. Neue, nachhaltige Materialien, eine ansprechende Gestaltung sowie Transportsicherheit sind essentielle Faktoren, wenn es um die Verpackung für Obst und Gemüse geht.

■ Kunststoff reduzieren, das ist eines der Hauptanliegen, wenn es darum geht, Obst und Gemüse zu verpacken. Schließlich hat sich das Bewusstsein der Verbraucher in den letzten Jahren stetig weiterentwickelt. Und wer heute Bio-Äpfel oder Bio-Tomaten kauft, der möchte ein stimmiges Gesamtkonzept erwerben. Und dazu gehört zum Beispiel eine nachhaltige Verpackung aus Kartonmaterial. Von der Papiertüte bis hin zur Karton-Verpackung für frisches Gemüse und Obst: Nachhaltigkeit ist das Gebot der Stunde. Viele neue und durchdachte Verpackungslösungen weisen den Weg in eine nachhaltige Zukunft der Verpackung.

Karton aus Gras

Gerade im Bereich neuer Materialien bewegt sich viel. Auf der Suche nach ökologisch sinnvollen Materialien für Verpackungen rückten in den letzten Jahren alternative Rohstoffe aus Agrarabfällen als Ressource in den Fokus. Bei der Herstellung eines Graskartons etwa wird ein Teil Holzschliff in der Einlage durch aufbereitete Grasfasern ersetzt. Positiver Nebeneffekt: Durch den Frischfaseranteil ist der Graskarton FSC-zertifiziert. Gras als Verpackungsmaterial bietet viele ökologische Vorteile: Es besitzt in der Verarbeitung eine niedrigere Energieintensivität als Holzschliff, während der Produktion müssen keine problematischen Bestandteile eingesetzt werden und im Vergleich zu Primärzellstoff produziert Gras von extensiv genutzten Naturwiesen

lediglich ein Drittel der CO₂-Äquivalente. Eine weitere Alternative ist Agrarabfallkarton. Das Spannende: Eine vollkommen neue Ressource zur Herstellung von Verpackungsmaterial für die Lebensmittelindustrie. Als Rohstoffquellen dienen landwirtschaftliche Erntenebenprodukte, also etwa Stängel und Blätter von Nutzpflanzen wie beispielsweise Reis, Getreide oder Zuckerrohr. Aus der daraus gewonnenen Cellulose wird der neue Karton hergestellt. Die Vorteile sind klar: Nebenprodukte der Landwirtschaft können einer sinnvollen Verwendung zugeführt werden. Die Ökobilanz liegt bei 53%, im Vergleich zu Recyclingkarton mit 71% und FSC-/EU-Papier mit 100%. Agrarabfallkarton kann wie Frischfasermaterial bis

zu sieben Mal recycled werden und die Verbrennung lässt sich wie bei Biogas oder Kompost zusätzlich nutzen zur Energiegewinnung. Dieser Karton wird zu 100% aus erneuerbaren Energien produziert und ist dabei CO₂-neutral.

Sowohl Graskarton als auch Agrarabfallkarton verfügen über die notwendigen Unbedenklichkeitsbescheinigungen im direkten Kontakt mit Lebensmitteln.

Für Sensibelchen

Wenn empfindliche Produkte wie etwa Tomaten oder Trauben verpackt werden sollen, muss die Verpackung auch für die Transportsicherheit garantieren. Sicherheit und ansprechende Gestaltung schließen sich da-

Innovative Lösung, die für einen Eye-catcher-Moment sorgt



Quelle: Karin Krauer



Da Obst und Gemüse nicht immer die gleiche Größe haben, wurde der CarryTray so konstruiert, dass verschiedene Größen abgedeckt werden



Auf den ersten Blick erkennbar: Nachhaltig produziert und verpackt

bei aber nicht aus. Innovative Lösungen, die Stabilität gewährleisten und zugleich für einen Eye-Catcher Moment sorgen, sind zunehmend gefragt. Kurz gesagt: Das Gesamtkonzept muss stimmig sein, um den Kunden sofort zu überzeugen. Nahrungsmittelverpackungen stellen hohe Ansprüche an die Qualität und Beschaffenheit der verarbeiteten Materialien. Denn in diesem Segment spielen Faktoren wie die Lebensmittelunbedenklichkeit, aber auch die bereits angesprochene Transportsicherheit eine noch stärkere Rolle als in anderen Bereichen. In Verbindung mit den immer weiter steigenden Anforderungen an die Optimierung des Abpack- und Logistikprozesses sind innovative, praxisnahe Lösungen gefordert.

Ohne Kunststofffolien

Die Eosta B.V., einer der innovativsten Importeure, Verpacker und Vertreiber von biologisch angebauten frischen Produkten in Europa, setzt auch bei der Verpackung von Obst und Gemüse auf maximale Umweltverträglichkeit. Um dem Käufer bereits auf den ersten Blick zu signalisieren, dass es sich um ein nachhaltig produziertes Produkt handelt, suchte das niederländische Unternehmen nach einer weiteren Verpackungslösung, die ohne die branchenüblichen zusätzlichen Kunststofffolien auskommt. Die Arbeit mit umweltfreundlichen Verpackungen ist dem Unternehmen seit Jahren vertraut: Beispiele dafür sind Verpackungen wie Schalen aus Zuckerrohrfasern oder das Pappkörnchen „Soilmate“, in dem neben frischen Bio-Rispen tomaten auch ein Tütchen Bio-Kompost und Bio-Basilikumsaat für den eigenen Mini-Garten mitgeliefert werden.

CarryTray

Gemeinsam mit der Karl Knauer KG, einem der größten, innovativsten und nachhaltigsten deutschen Verpackungsspezialisten, wurde in einem Pilotprojekt eine vollständig kunststofflose Einzelverpackung für Toma-

ten entwickelt und realisiert. Dieser zu 100% aus FSC-Kartonmaterial bestehende CarryTray gewährleistet eine hohe Transportsicherheit und eine komfortable Handhabung für den Konsumenten. Gleichzeitig stärkt er durch das umweltfreundliche Material optisch die Marke Eosta als wichtigen Handelspartner auf dem Naturkost-/Bio-Markt. „Da Obst und Gemüse als natürliche Produkte nicht immer die gleiche Größe haben, musste der CarryTray so konstruiert werden, dass verschiedene Größen abgedeckt werden können“, erklärt Manuel Boschert, Key Account Manager für Agrarverpackungen bei der Karl Knauer KG. „Dadurch wird der Abpackprozess beim Verpacker erleichtert, eine einfache Verschließbarkeit unterstützt den Prozess ebenfalls.“

Weniger ist mal wieder mehr

Neben der Nachhaltigkeit der Verpackung spielt auch die Gestaltung eine große Rolle. Während es den Abpackbetrieben für Agrarprodukte in erster Linie darum geht, dass die Verpackungen günstig und leicht zu handhaben sind, spielen im Handel andere Aspekte eine wichtige Rolle: Für die Kaufentscheidung bzw., für den Griff zu einem eventuell etwas teureren Produkt, ist eine aufmerksamkeitsstarke Wirkung am PoS unverzichtbar: Eine Verpackung muss ins Auge springen, muss ein Eye-Catcher sein, um dem Kunden im diversifizierten Angebot aufzufallen. Der „first moment of truth“, also der Moment, indem der Kunde eine spontane Kaufentscheidung trifft, muss gewonnen werden, um aus der Masse herauszustechen.

Der Trend geht zur Minimierung der Verpackung, gleichzeitig wird diese jedoch auch zum wichtigen Informationsträger. So signalisiert eine nachhaltig produzierte und gestaltete Verpackung dem Kunden die Wertigkeit des erworbenen Produkts und zahlt langfristig auf das Konto der ent-

sprechenden Marke ein. Immer mehr Marken setzen auf ein entsprechendes Gesamtkonzept, hierzu gehört neben einem nachhaltig produzierten Produkt auch eine umweltfreundliche Verpackung. „Ein gutes Beispiel für diese Ganzheitlichkeit ist der beschriebene CarryTray von Eosta: Denn er fällt am PoS positiv auf durch seine neue Form, kann rundum bedruckt werden und bietet genug Platz, um die Hochwertigkeit des Produkts, Zusatzinformationen und zum Beispiel den Hersteller zur Geltung zu bringen“, erklärt Manuel Boschert. ■

Trend

Nachhaltigkeit

Viele Verbraucher leben inzwischen in Single-Haushalten, die enorm gestiegenen Verkaufszahlen von Weihnachtsbäumen im vergangenen Jahr etwa wurden auch auf diese Tatsache zurückgeführt. Das zeigt sich auch im Kaufverhalten: Kleinere Gebinde-Einheiten werden zunehmend nachgefragt. Ein Grund dafür ist der hohe Verlust an Lebensmitteln: Eine WWF-Studie aus dem Jahr 2015 beziffert die weggeworfenen Nahrungsmittel auf weltweit 1,3 Mrd. t. Kleinere Gebindegrößen ermöglichen eine bessere Planung und Einteilung und vermindern damit anfallenden Abfall durch verdorbenes Obst und Gemüse. Ein weiterer Faktor ist das gestiegene Gesundheitsbewusstsein der Menschen. Gemüse und Obst als „Snack-to-go“ ersetzen zunehmend Burger und Sandwiches. Ausgefüllte Verpackungskonzepte unterstützen diese Lebenseinstellung und ermöglichen somit auch unterwegs eine gesunde und nachhaltige Lebensführung.