

Spielspaß: Die Apfelkiste „Cardboard Playground“ lässt sich im Handumdrehen in eine Feuerwehration oder ein Prinzessinnenschloss verwandeln.



boxen an, die bei großen Handelskonzernen zum Einsatz kommen. Sie bestehen aus nachwachsender Rohstoffen, lassen sich mehrfach verwenden und können anschließend einfach über den Altpapierkreislauf recycelt werden. „In Deutschland wird Wellpappe nahezu vollständig wiederverwertet und ist damit Teil eines vorbildlich funktionierenden Stoffkreislaufs“, so Wolfrum. Das kommt gut an beim Verbraucher: Studien belegen, dass Wellpappe ein hervorragendes Öko-Image hat.

Da Wellpappe vielfältige Konstruktions- und Gestaltungsmöglichkeiten bietet, konnten auf dem Innovationspreis Wellpappe weitere Alternativen zur Plastiktüte vorgestellt werden. Die ökologische Einkaufstasche WellBag der Klinge Papierwerke ist nicht nur die zeitgemäße und nachhaltige Alternative zur Plastiktüte, sondern ein trendiger Begleiter im Alltag. Der einteilige vorgeklebte Zuschnitt wird platzsparend angeliefert und erst beim Befüllen aufgerichtet. Die WellBag verfügt über eine hohe Tragkraft durch doppelte, vorgeklebte Tragegriffe – dadurch ist die robuste Tasche mehrfach verwendbar. Wolfrum: „Unser Wettbewerb hat gezeigt, dass Verpackungen und Displays aus Wellpappe Kreativität und Spaß in die Obst- und Gemüseabteilung einbringen – und alle Umwelt- und Imagevorteile eines ökologischen Materials.“

LORENTZEN & SIEVERS

Warum brauchen wir Biokunststoffe?

Verbraucher möchten sich beim Kauf von Obst und Gemüse von der Frische und Qualität der Produkte überzeugen. Kunststoffverpackungen bieten einen guten Schutz vor Feuchtigkeitsverlust sowie Beschädigung und wirken sich bei vielen Früchten positiv auf die Haltbarkeit aus. Gleichzeitig bieten Kunststoffverpackungen eine Rundumsicht auf das Produkt, was wiederum positiv auf die Vertrauensbildung beim Verbraucher und damit auf den Abverkauf wirkt. Kunststoffverpackungen nehmen somit in der Obst- und Gemüsevermarktung eine bedeutsame Rolle ein.

Mit steigendem Umweltbewusstsein und Wissen hinterfragen Verbraucher die Nachhaltigkeit von Verpackungen im Allgemeinen in steigendem Maße. Da Kunststoffe überwiegend aus fossilen Rohstoffen gewonnen werden, besteht ein breites Interesse in der Bevölkerung, den Verbrauch von Kunststoffen zu reduzieren. Es bestehen teilweise gravierende Konflikte zwischen den Vor- und Nachteilen von Kunststoffverpackungen.

Eine Lösung für die Zukunft könnte der vermehrte Einsatz von Biokunststoffen oder Recyclaten sein. Jedoch sind nicht alle Biokunststoffe zwingend ökologischer als herkömmliche Kunststoffe.

Die Lorentzen & Sievers GmbH informiert während der FRUIT LOGISTICA ausführlich über das Thema Recyclate, Biokunststoffe und ihre Vor- und Nachteile.

Am Donnerstag (09.02.), steht außerdem Dr. Lehmann vom Fraunhofer IAP auf dem Stand von L&S zum tieferen Gespräch zur Verfügung. Dr. Lehmann referierte bereits im Rahmen des Fachausstauschs von L&S Anfang November in Hamburg über das Thema Biokunststoffe. Vertreter aus Handel, Erzeugerorganisationen, Produzenten, Vermarktern, Importeuren sowie der Industrie informierten sich in einer Tagesveranstaltung intensiv über das Thema der biologisch abbaubaren bzw. biobasierenden Verpackungen und diskutierten über eine geeignete Kommunikation.

Welche Verpackung ist die ökologischste?

Am Beispiel einer Erdbeerpackung stellt Lorentzen & Sievers auf seinem Stand eine Auswahl unterschiedlicher Verpackungsalternativen vor. Basierend auf statistischem



Datenmaterial, Herstellerangaben und Transportwerten hat L&S den CO₂-Ausstoß der jeweiligen Materialien ermittelt und stellt diesen visuell dar.

Was verlangt der Verbraucher?

Nach wie vor werden rund 75% der Kaufentscheidungen am PoS getroffen und der Verbraucher entscheidet zu mehr als 80% emotional. Die Entscheidung, welches Produkt im Einkaufswagen landet, hängt überwiegend vom Angebot, der Frische und der Präsentation ab. Denkbar scheint in Zukunft, dass der Baseinverkauf speziell in den Städten vermehrt online getätigt wird und der Impulskauf stationär. Damit gewinnen die Faktoren der Präsentation und des Einkaufserlebnisses steigende Bedeutung. Begünstigend wirken außerdem die demografische und soziale Entwicklung. Die Qualität unserer Lebensmittel, ihre Aufbereitung und Verfügbarkeit werden für viele Zielgruppen zum wichtiger werdenden Element. Lorentzen & Sievers zeigt auf seinem Stand, wie entsprechende Verpackungskonzepte dazu beitragen können, die Qualität zu erhalten, convenienten Bedürfnissen nachzukommen und visuelle Reize zu setzen.

Halle 21/C11