

Süßwaren-Spezial

Ein glänzender Erfolg!

Schokolade – „Nahrung der Götter“

Wussten Sie, dass Schokolade neben wertvollen Nährstoffen die endorphine Substanz Phenylethylamin enthält – einen Stimmungsaufheller, der Gefühle von Glück bis Euphorie auslöst? Solche Endorphine werden auch auf natürliche Weise im Körper gebildet und zum Beispiel vermehrt ausgeschüttet, wenn wir uns verlieben. Die Azteken nannten Schokolade die „Nahrung der Götter“. Für Casanova war heiße Schokolade das „Elixier der Liebe“, das er anstelle von Champagner trank.

Anhaltend gute Nachfrage

Die Auslieferungen der europäischen Hersteller von Alufolie sind in den ersten sechs Monaten dieses Jahres deutlich gestiegen: Sie erreichten mit 408.800 t ein Plus von 5,2 Prozent (2002: 388.700 t). Nicht nur der Export legte erneut kräftig zu (8%), auch innerhalb des EFAA-Heimatmarktes entwickelte sich die Nachfrage erfreulich (4%).

Trotz der allgemein schwachen Wirtschaftslage ist die Branche für das Gesamtjahr 2003 optimistisch, das Absatz-Rekordniveau des Vorjahres zumindest leicht zu übertreffen.

Die EFAA-Statistik erfasst die Märkte Armenien, EU, Russland, Schweiz, Tschechische Republik, Ungarn und Türkei.

Alufolie – der perfekte Einwickler ...

Doch Schokolade ist ein sensibles Produkt. Setzt man sie Licht oder Feuchtigkeit aus, verliert sie ihre Qualität und ihren charakteristischen Glanz. Da sie oft über lange Zeit gelagert wird, ist es wichtig, sie vollständig vor Licht, Feuchtigkeit, Aroma- und Geschmacksverlust zu schützen.

Die perfekte Verpackung für Schokolade ist daher Alufolie – in erster Linie wegen ihrer absoluten Barriereeigenschaft und weil sich die süße „Götternahrung“ so ganz unkompliziert einwickeln lässt. Die metallisch glänzende Folie wertet zudem das Produkt auf und weckt die Lust auf den Genuss noch stärker.

... für alle Schoko-Varianten

Wenn es um Einfallsreichtum geht, kennt die Kreativität der Schokoladenhersteller keine Grenzen. Es gibt alle erdenklichen Figuren und Formen und es werden immer neue Themen aufgegriffen: Die Palette reicht von klassischen Weihnachtsmännern, Osterhasen, Halloween-Gespentern, Valentinsherzen, Gold- und Silbermünzen bis hin zu Sportlern, Rennwagen und sogar Handys. Egal, welches Thema, welche Gelegenheit oder Figur: Es gibt garantiert eine entsprechende Schokoladenversion.

Mehr dazu auf den nächsten Seiten.



INHALT

- Kommentare von Kunden
- Innovationen aus aller Welt
- Prägung – die besondere Design-Dimension
- Schutz vor Insekten



*Oben: Design-Arbeiten bei Hueck Folien
Links: „Nikola“ von Brandt*

Süßwaren-Spezial

Ragolds Granini-Bonbons mit besserem Einwickler

Seit über 100 Jahren zergehen sie auf der Zunge – die Bonbons des traditionsreichen Familienunternehmens Ragolds aus Karlsruhe. Rund 9,5 Mio. Stück werden jeden Tag bei Ragolds hergestellt. Alcan Packaging Teningen



hat nun für die gefüllten Granini-Fruchtbonbons in der Rolle ein verbessertes Material entwickelt, das die bisherige OPP-Folie ersetzt.

Die Gründe für diese Substitution:

- Die Packung lässt sich am Point of Sale wirksamer präsentieren
- Ausgezeichneter Aroma- und Feuchtigkeitsschutz bei einer Haltbarkeit von zwei Jahren
- Steifigkeit und optimale Maschinengängigkeit

Der Verbund besteht aus gewachstem, bedrucktem Papier und lackierter Alufolie. Die Wachsschicht sorgt dafür, dass sich die Verpackung nicht aufwickelt.

Schutz vor Insekten

Die Teich AG hat eine insektensichere Alufolie entwickelt. Sie wurde speziell vom Handel für Schokoprodukte gefordert, die Nüsse oder Rosinen enthalten und damit begehrte Futterquelle von Insekten sind. Dank einer speziellen Beschichtung erfolgt die Heißversiegelung bei niedrigen Temperaturen, um das Produkt zu schonen. Die Alufolie ist außerdem manipulationssicher, frei von Chloriden und FDA-geprüft.

Die neuen Alufolien von Teich werden vor allem bei Süßwaren für den Export in wärmere Klimaregionen eingesetzt.

INSEKTENSICHERE FOLIE

Spezifikation 1

- Gleitlack
- 10-12 µm Alufolie
- 3,5 g/m² Heißsieglack

Spezifikation 2

- Prägung
- 0,5-1,0 g/m² Schutzlack
- 12-15 µm Alufolie
- 2,5-3,5 g/m² Heißsieglack

Alufolie überaus geschätzt – Beispiele aus aller Welt

Neue, einfallsreiche Aufmachungen für Snacks aus Japan

Dank bester Verkaufszahlen für geröstete Kastanien der Marke Amaguri – verpackt in Standbeuteln aus einem sterilisierbaren Alufolienverbund – hat Kanebo Foods zwei weitere Produktlinien auf das neue Format umgestellt. Es schont Ressourcen und ist ein echter Eyecatcher im Wettbewerb mit hunderten ähnlicher Produkte anderer Anbieter. Der Alufolienverbund schützt das feine Amaguri-Aroma perfekt. Kein Wunder also, dass es mittlerweile auch gerösteten Mais und Bohnen in diesen Standbeuteln gibt.

Um sich auf dem japanischen Schoko-Markt erfolgreich zu etablieren, hüllt Meiji Seika Kaisha

seine in Schokolade getauchten „More Fran“-Keksstangen einzeln in Alufolie ein. Dadurch werden nicht nur Geschmack und Qualität der Schokolade bewahrt, der Keks bleibt auch schön knusprig. Die Schoko-Stangen, jeweils zu viert in einem Beutel portioniert, werden in einem hochwertigen Umkarton angeboten.



Eine „Noir“-Version ist ebenfalls erhältlich. Die Beutel lassen sich leicht öffnen.

Aluverbundkarton schafft Markenidentität

Dori, ein führender Hersteller von Süßwaren, Bonbons und Snacks in Brasilien, hat Disqueti eingeführt – eine Produktlinie von Nüssen und Bonbons, die in 250ml-Packungen aus alufolienkaschierten Tetra Rex Kartons angeboten werden. Mit der Verpackung will sich Dori vom Wettbewerb abheben. Sie ist leicht zu öffnen, komplett wiederverwertbar und lange lagerfähig.



Die Kunden reagieren positiv: Der Absatz von Disqueti zeigt nach oben.



Reese's Schoko-Rennwagen – eine siegreiche Alufolien-Verpackung

Dieses US-Produkt ist ein herausragendes Beispiel für vorgeformte Schoko-Verpackungen. Die 50 µm dicke Alufolie wird von Carcano Antonio hergestellt: im 7c-Druck, der exakt auf die komplexe Form des Schoko-Autos abgestimmt ist, und mit glitzernden holografischen Effekten. Die innovativ geformte Alufolien-„Hülle“ ist ein integraler Teil des Formungsprozesses und schützt zugleich das Auto.

Die in Alufolie umwickelten Reese's Erdnussbutter-Pralinen im Innern des Autos wurden mit dem EAFA Certificate of Merit ausgezeichnet. Der Anlass: die Substitution der kaschierten Alufolie durch eine Folie ganz aus Aluminium, die zu Kosteneinsparungen führte.



ren ! Figuren ! Figuren ! Fi

Briten geben 350 Mio. Euro für Schoko-Eier aus

Ein Beispiel für die Bedeutung dieses Geschäftes ist der britische Markt für Ostereier. Die Statistik von Cadbury weist ihn als besonders attraktiv aus: Immer mehr Verbraucher werden durch neue Produkte in diesem Segment



angezogen. Hohlfigureneier repräsentieren den ältesten und nach wie vor größten Produktbereich. Über 80 Mio. Schoko-Eier in Alufolie werden jährlich verkauft – Mini-Eier und solche mit Cremefüllung nicht mitgerechnet. In einem typischen Jahr geben die Briten ca. 350 Mio. Euro für Hohlfigureneier, gefüllte und Mini-Eier inklusive der Produktneuheiten aus.

„Alufolie erhöht den Reiz“

Zu den großen Herstellern von Schoko-Neuheiten zählt Kraft Foods in Deutschland. Ihre „Milka“-Schokolade ist eine der führenden Marken in Europa. Stefan Becker-Sonnenschein, Leiter für Coporate Affairs, erläutert. „Unsere saisonalen Produkte wie Weihnachtsmänner, Ostereier und



Osterhasen sind ohne Alufolie nur schwer vorstellbar. Kein anderer Barriere-schutz lässt sich so gut um das Produkt wickeln. Alufolie macht „Fun“-Produkte wie Süßwaren noch attraktiver und reizvoller. Der Glanz der Folie steigert diesen Eindruck noch. Das Zusammenspiel von leuchtenden Farben, die Schutzfunktion und das einfache Öffnen macht Alufolie zur Wahl der Verbraucher für eine ganze Palette von Süßwaren.“

Wie viele andere Hersteller arbeitet auch Kraft eng mit den Alufolien-veredlern zusammen, um das Maximum aus dem Material herauszuholen. „Unsere Anbieter sind unverzichtbare Partner in unseren Produkt- und Verpackungsdesignteams. Sie wissen um das ganze Potenzial dieses vielseitigen Verpackungsmaterials“, so Stefan Becker-Sonnenschein.

„Goldhasen“-Skulptur – ein Symbol des Erfolgs

Der Goldhase in Alufolie von Lindt & Sprüngli wird so sehr mit dem Unternehmen identifiziert, dass er Modell für eine Statue vor dem Verwaltungsgebäude stand. Ein Lindt-Manager sagt: „Unser Goldhase wäre ohne seinen goldenen Alufolien-Mantel nicht derselbe. Er sorgt nicht nur für den nötigen Schutz der Schokolade, sondern vermittelt auch die Premiumqualität und den Hauch von Luxus, der mit Lindt-Produkten assoziiert wird.“

Der bekannte Goldhase, Bild mit freundlicher Genehmigung von Lindt & Sprüngli



Für Lindt & Sprüngli verlief 2002 mit einem Absatzplus von 7,6 Prozent in den meisten Märkten erfolgreich – trotz eines schwierigen Umfeldes. Laut Geschäftsbericht hat sich erneut bestätigt, dass über Produktinnovationen, Werbung und andere Marketingaktivitäten ein erfolgreicher Wachstumskurs möglich ist. Phantasievolle Verpackungen stehen im Marketing-Mix von Lindt hoch im Kurs.

Wonder-Teddy – ein Hit bei Kindern

In Deutschland ist der in Alufolie verpackte Wonder-Teddy von Rübezahl Koch ein echter Verkaufsknüller. Jeder Schokoladen-Bär enthält ein Spielzeug oder Puzzle aus 19 Themenbereichen:



zum Beispiel Lear Jets, Rennwagen, 3D-Puzzles, „Banana Joe“ und andere Figuren.



„Alufolie unverzichtbar“

Kinnerton Confectionery ist ein führender Hersteller von Schoko-Figuren in Großbritannien. Creative Manager Marion Brand sagt: „Kinnerton ist spezialisiert auf „Fun“-Süßigkeiten für den lizenzierten Figurenmarkt. Alufolie



schützt nicht nur die Schokolade. Durch ihre Materialbeschaffenheit können wir unseren Kunden unterschiedlichste Designstile anbieten.

Die glänzende Alufolie bei Süßigkeiten wie Eiern, Lutschern und Schoko-Figuren spricht die Kunden an und strahlt etwas Besonderes aus. Sie zieht den Blick auf sich und lässt das Produkt reizvoll erscheinen – ob es sich dabei nun um spaßige, farbenfrohe Kinder-Figuren handelt oder um solche, die auf Erwachsene zielen.

Das Designen von Alufolien ist eine der aufregendsten Facetten unseres Jobs. Es erlaubt ein großes Spektrum von Möglichkeiten und lässt fantastische Farb- und Druckeffekte zu. Eine enge Zusammenarbeit mit unseren Alufolienlieferanten und ihre spezielle Beratungskompetenz haben unsere Produktpräsentationen deutlich verbessert. Alufolie ist ein unverzichtbares Material für die Süßwarenindustrie.“

Gianduiotto-Pralinen: Ein Meisterwerk italienischen Konfekts im „Maßanzug“

Gianduiotto ist weltweit eine der berühmtesten Marken der Schokoladen-industrie. Mit ihrer speziellen Rezeptur, die sich durch einen hohen Anteil an „tonda e gentile“-Nüssen und die exquisite Qualität der übrigen Zutaten auszeichnet, ist dieses Meisterwerk italienischen Konfekts seit über 150 Jahren hoch geschätzt.

Der geprägte Einwickler von Carcano Antonio verbindet die luxuriöse Anmutung der goldglänzenden Alufolie mit der „Knusprigkeit“ des wachskaschierten Papiers.

Migros setzt bei Premium-Schokolade auf Alufolie

Migros, die größte Handelskette in der Schweiz, bietet auch eigene Marken an. Eine davon ist die bekannte „Frey“-Schokolade.



Oliver Greis von Migros erläutert:

„Seit über zehn Jahren verwenden wir für fast alle unsere Schokoladen OPP-Folie, doch haben wir uns bei den neuen Frey Suprême Schokoladen für Alufolie entschieden. Unsere Tests haben gezeigt, dass sie für diese Marke das ideale Verpackungsmaterial ist, weil sie Hochwertigkeit signalisiert. Hinzu kommen die funktionalen Merkmale wie Formstabilität, absolute Barriere und starker visueller Reiz. Diese Kombination macht Alufolie gerade für eine Premiumschokolade zum bevorzugten Packstoff. Und sie ist bei umweltbewussten Verbrauchern akzeptiert.“

Oliver Greis ist Bereichsleiter Süßwaren beim Migros-Genossenschafts-Bund, Schweiz



Prägung – die besondere Design-Dimension



Alufolie ist mit ihrer „formwahrenden“ Charakteristik einzigartig unter den flexiblen Packstoffen. Selbst eine nur sehr feine Prägung bleibt auf Alufolie erhalten. Viele Süßwarenhersteller nutzen dieses Designelement, um ihren Produkten eine individuelle Note zu geben und den Markennamen zu betonen – zum Beispiel bei Tafeln Schokolade.

Das Prägen bei der Teich AG



Fortschritt durch Dialog

Der europäische Aluminiumverband EAA, bei dem die EAFA Mitglied ist, hat einen neuen Bericht „Progressing through dialogue“ veröffentlicht. Er ist eine Standortbestimmung der europäischen Alubranche auf ihrem Weg zu umfassender Nachhaltigkeit.

Das Dokument kann als pdf-Datei unter www.aluminium.org heruntergeladen werden.

EAFA unterstützt Moskauer Verpackungskonferenz

Ausgesprochen erfolgreich verlief die zweitägige Mai-Konferenz „Aluminium in Packaging“ in Moskau. Sie wurde von der Fachagentur Alusil organisiert – mit Hilfe namhafter Sponsoren und unter aktiver Mitarbeit des europäischen Aluminiumverbandes EAA und der EAFA.

EAFA-Generalsekretär Stefan Glimm ging in seinem Vortrag „Alufolien – Innovation, Trends und Services“ besonders auf die sich schnell entwickelnden osteuropäischen Märkte ein.

Eine CD mit dem Programm und den Vorträgen, die ein breites Themenspektrum abdecken, kann unter www.alusil.ru angefordert werden.

Näher am Verbraucher

Jedes Jahr besuchen rund 580.000 Menschen das Kölner Schokoladenmuseum. Vom 20. August bis 30. September wurde nun die fast 100-jährige Geschichte der Aluminiumverpackung von Schokolade thematisiert. Organisiert wurde die Aktion vom Gesamtverband der Aluminiumindustrie (GDA). Neben historischen und aktuellen Produktbeispielen wurde auch Wissenswertes über die Vorteile bei der Nutzung von Alufolien vermittelt.



Neu: Der Alufoil File

Die Informationen über Alufolie auf der EAFA Website werden aktualisiert und erhalten dabei eine neue Struktur. Jedes Thema bekommt eine eigene Seite, eine herunterladbare pdf-Datei, die ausgedruckt werden kann, sowie eine gedruckte A4-Faltblattversion.

Besuchen Sie www.alufoil.org und sammeln Sie die Faltblätter. Sie erhalten so einen informativen, umfassenden Führer rund um die Alufolie.

Sollten Sie weitere Informationen bzw. Auskünfte
wünschen oder Kommentare anmerken wollen,
benutzen Sie bitte dieses Feld:

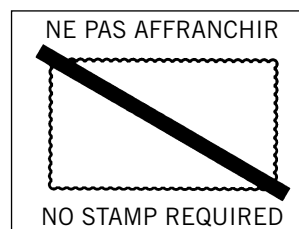
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

European Aluminium Foil Association			
	Tel	Fax	e-mail
Düsseldorf	+49 211 47 96 168	+49 211 47 96 408	eafa@aluinfo.de
Paris	+33 1 46 22 09 09	+33 1 46 22 09 99	unitesfr@wanadoo.fr
Milano	+39 02 54029-209	+39 02 54123-396	alcisgorla@libero.it

Bitte entlang der gestrichelten Linie falten

**By air mail
Par avion**

PHQ-D/5149/WV



**REPONSE-PAYEE
GRANDE-BRETAGNE**

EAFA 'Infoil' Reader Service
c/o WPM/IMS, Marston Business Park
WOLVERHAMPTON
GREAT BRITAIN
WV10 6BR.

Bitte entlang der gestrichelten Linie falten

Frankierung innerhalb Europas nicht notwendig

Bitte vor dem Versenden falten und zukleben

Wir bitten um Ihre Antwort

Bitte benutzen Sie diesen Coupon um Ihre Adresse zu korrigieren, Ihr Infoil-Exemplar anzufordern oder sich mit der EAFA in Verbindung zu setzen.

Bitte füllen Sie das anliegende Formular vollständig aus

┌

└

1. Korrektur:	<input type="checkbox"/>	Die o.a. Details sind inkorrekt. Bitte ändern in...
oder		
2. Ergänzung:	<input type="checkbox"/>	Ich möchte ein Infoil-Exemplar anfordern:
Herr, Frau	Vorname	
.....	
Name		
.....		
Berufsbezeichnung		
.....		
Firma		
.....		
Adresse	Straße, Hausnummer (Postfach)	
.....	
	Bezirk	
.....	
	Postleitzahl, Stadt	
.....	
	Land	
.....	
Telefon	Fax	
.....	
E-mail:		
.....		
Branche/Organisation (z.B. Lebensmittelhersteller, Einzelhandelskette, Tabakwaren, Folien-Veredler, Designer, Behörde, Hochschule, Forschung, Medien)		
.....		
Bevorzugte Sprachen:		
<input type="checkbox"/> Englisch	<input type="checkbox"/> Französisch	<input type="checkbox"/> Deutsch
<input type="checkbox"/> Spanisch	<input type="checkbox"/> Italienisch	

Info-Service: Listen Sie unten die Artikel auf, zu denen Sie mehr Informationen wünschen.

17