

Alufoil Trophy 2009 Highlights

„Am meisten bin ich von der Energie und Vielseitigkeit der Alufolien-Verpackungsbranche beeindruckt. Sie hat nicht nur ihr Streben nach Innovationen gezeigt, sondern auch ein großes Verständnis für den Wunsch der Verbraucher nach noch mehr Convenience.“

– Hilka Bergmann, Direktor Packaging Research beim EHI Retail Institute in Deutschland und Jury-Vorsitzende der Alufoil Trophy 2009.



INHALT

Alufoil Trophy 2009 - Die Gewinner 2-3

Lebensmittel	2
Pharma und Kosmetik	2
Getränke	3

Blickpunkt Getränke 4



Getränkehersteller suchen stets nach neuen Wegen, um ihre Marken durch innovative Verpackungsmaterialien und Designs vom Wettbewerb abzuheben.

In jüngster Zeit wird der Fokus auf ein Design gelegt, das sich auf bestehenden Produktionslinien wirtschaftlich umsetzen lässt, außerdem Material- und Gewichtersparnis berücksichtigt und umweltfreundlich ist.

Gleichzeitig müssen neue Entwicklungen im Verpackungsdesign funktional, verbraucherfreundlich und hochwertig sein.

Vor diesem Hintergrund hat sich in den letzten Jahren der Trinkbeutel als Star unter den Getränkepacks erwiesen: Er vereint alle genannten Eigenschaften und verdankt seinen Erfolg nicht zuletzt dem Einsatz von Alufolie.

Softdrinkbeutel bieten Convenience durch einen integrierten Verschluss, die Vielfalt der Formen und die guten Bedruckeigenschaften. All dies schafft gute Ansätze für das Branding. Dies zeigt sich besonders beim 330ml-Trinkbeutel von Capri-Sonne, dem Gewinner einer Alufoil Trophy 2009.

Aber der größte Vorteil ist, dass die Beutel leicht sind – worauf Markeninhaber und Einzelhandel immer größeren Wert legen.

Natürlich nutzen nicht nur Beutel die einzigartigen Eigenschaften von Alufolie. Lange Haltbarkeiten der aseptische Getränkekartons wären ohne eine Alufoliensperrschicht nicht denkbar.

Marktzahlen von Euromonitor International unterstreichen die Bedeutung von Softdrinkpacks. So hat sich 2008 der globale Absatz von alkoholfreien Getränken, der um 3,8% gegenüber 2007 stieg, dem wirtschaftlichen Abschwung entzogen.

Der Beitrag von Verpackungen an diesem Verkaufserfolg basiert auf innovativen Designs, die den Verbraucher ansprechen und Convenience bieten.

Natürlich geht der Einsatz von Alufolie über Softdrinks hinaus. Sie wird beispielsweise für Deckeletiketten, Kapseln und Flaschenhalslabels genutzt, die besonders Wein, Bier und Spirituosen ihre Identität geben – man stelle sich eine Flasche Champagner ohne elegante Alufolie vor, die sich um den Flaschenhals schmiegt.

Deckel, Flaschenhalsfolie und Etiketten sind häufig geprägt, was sie im Regal heraushebt und einen Hauch von Luxus verbreitet. Heute können auch Sicherheitsmerkmale gegen Fälschungen in Alufolie integriert werden – etwas, das besonders wichtig bei der Vermarktung von teuren Spirituosen und Weinen ist.

Alufoil Trophy 2010

Sie können ein Sieger sein – nehmen Sie an der Alufoil Trophy 2010 teil!
Einsendeschluss ist der 31. Okt. 2009.
Infos auf www.alufoil.org

Vielseitig und innovativ – ein ganz und gar praktisches Material

Ihre Vielseitigkeit und Verbraucherfreundlichkeit hat Alufoleie erneut in zahlreichen wichtigen Produktsegmenten unter Beweis gestellt, wie sich an den sieben Gewinnern der Alufoil Trophy 2009 eindrucksvoll ablesen lässt.

Deckelmembran für breiten Einsatz

Alcan Packaging und das Entwicklungszentrum von Impress haben eine Alufoil Trophy für die erste kommerzielle Anwendung eines neuen Öffnungssystems gewonnen, das für die kontinuierliche Sterilisation geeignet ist.

Das innovative System wird für Dosengemüse von Bonduelle genutzt und besteht aus der Alufolien-Membran Alufix® Retort und dem IMPRESS Easip®-Abziehsystem, das ohne Überdruck auskommt.

Es wurde für Hochgeschwindigkeitslinien entwickelt, bei denen Überdruck während der Verarbeitung nicht möglich ist. Die Unternehmen arbeiteten eng mit

Bonduelle zusammen, um die beste Kombination aus der Alufix® Retort-Membran von Alcan Packaging, dem Ringdesign und der Geometrie zu bestimmen.

Der Deckel besteht aus einer Alufolien-Membran, die auf einen Metallring heiß aufgesiegelt wird. Der Ring wird anschließend mit Standardmaschinen doppelt auf die Dose gefalzt.

Die Entwicklung ist Teil der gemeinsamen Strategie, Deckelmembranen im großen Stil für Produktsegmente wie Dosengemüse auf den Markt zu bringen, und bietet gute Wachstumsmöglichkeiten für beide Unternehmen.



„Das Easy-open-System ist eine echte Alternative zu herkömmlichen Dosendeckeln. Es zeigt, wie erfolgreich technische Entwicklungen sein können, wenn Unternehmen zusammenarbeiten“ - Hilka Bergmann

Schutz vor Manipulation

Für die raffinierte teilkaschierte Deckelfolie unter Nutzung einer fälschungssicheren Alufolie wurde die Teich AG (Teil der Constantia Flexibles) mit einer Trophy ausgezeichnet.

Die Folie wird von Abbott Laboratories als Deckelverschluss von Plastikschalen für vorgefüllte Spritzen der Marke HUMIRA verwendet. Die Entwicklung besteht aus einer Sicherheitsfolie und einer Lage Papier, wobei die Teilkaschierung zwischen den Schichten vor Manipulation schützt.

Der Kleber zwischen den beiden Materialien wird dabei nicht auf die gesamte Kontaktfläche aufgetragen, sodass die Haftfestigkeit zwischen den Materialien in ausgewählten Bereichen

unterschiedlich ausgelegt werden kann.

Alufoleie ist ideal für eine Teilkaschierung geeignet, da das Zusammenspiel von elastischer und plastischer Verformung die Verpackung so beschädigt, dass eine Manipulation sofort sichtbar ist. Die Teilkaschierung und die Kombination von haftendem und abziehfähigem Heißsiegelack sind zentrale Elemente einer Sicherheitsverpackung, da die Packung nicht geöffnet werden kann, ohne das Deckelmaterial zu zerstören.

Es können sowohl Sicherheitstechnologien wie Constantia Flexibles Sicherheitsfolie als auch andere Technologien gegen Fälschung integriert werden: wie Kippfarbe, UV/IR-Farbe, Guilloche-Druck und Taggants.

„Diese innovative Entwicklung beweist die Vielseitigkeit von Aluminiumfolie, deren mannigfachen Eigenschaften auch im anspruchsvollen und komplexen Pharmamarkt genutzt werden“

- Hilka Bergmann



Es ist so einfach

Eine weitere Trophy ging an den EasyFoil-Beutel, der in Lablabos luftlosem Mengenspender für Kosmetik-Cremes hoher Viskosität und für Pharmaprodukte eingesetzt wird.

Der Beutel eignet sich dank der Alufolien-Sperrschicht für alkoholhaltige Produkte oder solche von hoher Viskosität; er bietet zudem Schutz vor Sauerstoff und UV-Licht.

Eine hohe Viskosität beeinträchtigt die Pumpe nicht beim präzisen Dosieren – selbst wenn der Spender nach unten zeigt.

Der EasyFoil-Beutel besteht aus einer mehrlagigen Verbundfolie, die um einen Kunststoffring und eine Schale aus Kunststoff gerollt und verschweißt ist.

„Eine intelligente Anwendung, die die vorteilhaften Eigenschaften von Alufoleie zeigt“ - Hilka Bergmann

Capri-Sonne begeistert Teenager



Capri-Sonne, das weltweit meistverkaufte Markengetränk für Kinder, hat mit ihrem neuen 330-ml-Trinkpack mit wiederverschließbarer und patentierter Trinköffnung eine Trophy für die Deutschen SiSi-Werke gewonnen.

Der leichte 330-ml-Trinkbeutel erweitert die Capri-Sonne-Produktpalette im Jahr ihres 40-jährigen Bestehens und zielt auf Heranwachsende. Er ergänzt die weltbekanntesten 200-ml-Beutel mit Strohalm für Kinder unter 12 Jahren.

Der größere Beutel mit schlankem, konturiertem Profil ist praktisch und liegt gut in der Hand. Unter Jugendlichen, die größere und trendige Getränkepacks und neue Aromen

schätzen, ist er ein Hit.

Der praktische Beutel wird aus einem Dreifachverbund aus 12 µm PET, 9 µm Alufoleie und 90 µm PE hergestellt; bedruckt wird er im Kontertiefdruck in sieben Farben.

„Der neue Capri-Sonne-Beutel ist eine prima Entwicklung, die Teenagern Convenience und Spaß bietet“ - Hilka Bergmann

Sportlich und cool – Aisacan

Aisacan®, die jüngste Innovation auf Basis der Cyclero-Technologie, beruht auf einer Zusammenarbeit von Huhtamaki Ronsberg und Aisapack Vouvry.

Die „Flexible Flasche“ erhielt für die erste kommerzielle Anwendung des



„Iron Sports Drink“ der belgischen WCUP eine Trophy. Aisacan® ist mit einem starren Ober- und Unterteil ausgestattet; der Flaschenkörper besteht aus einem flexiblen Verbund, der vorab im Tiefdruck bedruckt wird.

Aisacan® bietet sich für säurehaltige Fruchtsäfte ohne Fruchtfleisch, Sport-Drinks sowie Mineralwasser mit Aroma und einem pH-Wert unter 4 an.

Ein besonderes Merkmal der Leichtverpackung ist ihr sogenannter „Cool-Touch“ dank der dünnen Alufoleischicht im Materialverbund, die für einen schnellen Wärmeaustausch zwischen Füllgut und Außentemperatur sorgt. Das Sortiment des Aisacan® WCUP Iron Drink ist in Packs von 250, 300 und 330 ml erhältlich.

„Die Wiederverschließbarkeit bietet neue Vermarktungschancen für Markeninhaber bei der Entscheidung über Packformate“ - Hilka Bergmann

Mit Energie verpackt

Eine Trophy ging an Alcan Packaging Food Europe für ein perforiertes Stickpack zur kontrollierten Abgabe von Kohlensäure für Bistrozuckers „Bistro Tea Energy Pod“. Das Stickpack in ein Glas gestellt, Wasser aufgefüllt und umgerührt – fertig ist der 250-ml-Drink.

Der Pod nutzt eine „Springback“-Folie von Alcan Packaging Singen, die nach dem Befüllen ihre Form wiedererlangt.



„Der Energy Pod ist neu, trendy und bunt“ – Hilka Bergmann

Laserschnitt für unterwegs

Drinklid, eine innovative, doppelagige Folie mit Laserperforation, gewann eine zweite Trophy für die Teich AG (Teil der Constantia Flexibles).

Drinklid wird für Milchshake-Trinkbecher des norwegischen Unternehmens Tine genutzt. Zieht der Konsument die Softpeel-Alufoleie ab, tut sich eine durch Laser vordefinierte präzise geschnittene Trinköffnung in der PP-Folie auf.

Der Laserschnitt sorgt für eine Öffnung ohne weiteren Druck und Kontakt. Mit der weichen Trinköffnung steht ein praktischer Becher für Milchgetränke zur Verfügung, die man unterwegs trinken möchte.

Das Konzept wird derzeit unter dem Namen „Comfor Lid“ auf weitere Unterwegs-Produkte ausgeweitet: zum Beispiel für Süßwaren und Snacks wie Schokostückchen und Nüsse.

„Ein weiterer Beweis, dass verschiedene Packstoffe erfolgreich miteinander kombiniert werden können“ – Hilka Bergmann

Folienetiketten als Eyecatcher

Marketingabteilungen werden von den Werbemöglichkeiten fasziniert sein, die Deckletiketten aus Alufolie für Getränkedosen bieten. Die geprägten Etiketten von Haendler & Natermann (Teil von Constantia) fördern das Markenimage und lassen sich hervorragend für Werbebotschaften nutzen.



Sie heben sich in überfüllten Supermarktregalen, vor denen Verbraucher oft genug von der Vielfalt des Angebots verunsichert sind, durch

Aufregende Cocktail-Lösung

Cocktail-Mixer sind sprichwörtlich durchgeschüttelt worden von der Einführung der neuen „Bar Solution“-Linie



ihr Eyecatcher-Design vom Wettbewerb ab. Die hygienischen Etiketten lassen sich auf jede erdenkliche Art bedrucken, einschließlich thermochromer Farben, Umkehrbedruckung und Wasserzeichen.

Das Konzept wird zunehmend populär in Europa; viele Unternehmen in Italien, Spanien und den baltischen Staaten verwenden bereits die Alufolienetiketten. Brauereien der Olvi Gruppe verwenden sie, um ihre Biersorten aufzuwerten.

von Stirrings, USA, im aseptischen combiSwiftPremium 1.000 ml Pack von SIG Combibloc. Ausgestattet mit dem combiSwift-Schraubverschluss richtet sich die Kartonverpackung an Foodservice-Betriebe in Hotels, Restaurants und Bars.

Ein Schlüsselfaktor in der Entscheidung für aseptische Kartons von SIG Combibloc ist deren lange Lagerfähigkeit dank der Alufolienschicht, die vor Licht und Sauerstoff schützt.

Die schlanke Packung wurde auch wegen ihres modernen Designs und der praktischen Ausschenklösung gewählt.

Elegante Halsfolien für Bier

Der Premiumcharakter von Biersorten der litauischen Brauerei UAB Svyturys kommt erst durch die Flaschenhalsfolie von Haendler & Natermann richtig zur Geltung. Dank des eleganten Folienlabels und der kunstvoll geprägten Glasflasche bedarf es keines weiteren Labeldekors.

Svyturys, ein Unternehmen der Carlsberg-Gruppe, verwendet die Flaschenhalsetiketten für eine Markenauffrischung seines traditionsreichen Premiumbiers.



Maestro - perlt und knallt

Alcan Packaging Capsules hat mit Maestro® einen neuen Sektverschluss entwickelt, der eine Alufolienkapsel mit einem Hebelöffner kombiniert, bei dem der klassische Knall des Korkens erhalten bleibt.

Maestro® wird von Champagne Duval-Leroy für ihren Cuvée Clos des Bouveries, Jahrgang 2004, verwendet. Mit ihm steht erstmals bei Champagner eine Alternative zum traditionellen Korken zur Verfügung.

Firmenpräsident Carol Duval-Leroy sagte, das neue Konzept sei „von großer Bedeutung“ für die französische Champagner-Region, da sie „Kulturerbe mit Innovation“ verbinde.

Wasser in der Luft



Flugreisende profitieren an Bord von einem Durst löschenden und gesunden Mineralwasser – Acqua Fabia von Sangemini aus Italien. Das mineralarme Wasser sorgt für einen ausgeglichenen Mineralienhaushalt. Verpackt ist es in einem PET-Portionsbehälter.

Der Deckel besteht aus einer 38 µm Alufolie von Carcano und ist mit einem Heißsiegellack auf der Rückseite versehen. Er wird im Tiefdruck in zwei oder drei Farben bedruckt.

Mehr Informationen über Alufolie gewünscht?

Besuchen Sie www.alufoil.org. Sie erfahren hier alles über die EAFA-Mitglieder, können Geschäftsanfragen tätigen und aktuelle Informationen über Alufolie, ihre Anwendungen und die Branche abrufen.

**European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5 D - 40474 Düsseldorf**

Telefon: +49 (0)211 4796 150

Fax: +49 (0)211 4796 408

Email: enquiries@alufoil.org

----- **LINIE ZUM FALTEN – BITTE NICHT ABTRENKEN** -----

Antwort-Fax an EAFA

+49 (0)211 4796 408

Bitte benutzen Sie diesen Coupon für Adressänderungen oder um ein eigenes Infoil-Exemplar anzufordern.



**Bitte deutlich lesbar schreiben
und den Coupon vollständig ausfüllen**

**European Aluminium Foil Association
Am Bonneshof 5
D - 40474 Düsseldorf**

Korrektur

Empfänger bzw. Adresse haben sich geändert: Bitte korrigieren in:

Ergänzung

Ich möchte Infoil erhalten:

Titel

Vorname

.....

Nachname

.....

Beruf / Funktion

.....

Firma / Organisation

.....

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)

.....

Präferierte Sprache:

Englisch Französisch Deutsch Spanisch Italienisch