

Vegane Ergänzung

HENGLEIN

>> **Der Plan steht:** „Neben Produktneueinführungen steht bei uns auch in diesem Jahr die Verdichtung der Distribution im Vordergrund“, sagt Eckhard Voth, Geschäftsführer von Henglein. Bei den Neuprodukten lässt sich der fränkische Mittelständler aus Abenberg „durch das rasante Wachstum von vegetarischen und veganen Lebensmitteln mitreißen“. So werden den klassischen Eierspätzle und Schupfnudeln frische Schupfnudeln und Spätzle ohne Ei

zur Seite gestellt. Die Neulinge sind ohne Konservierungsstoffe, fettarm, laktose- und sojafrei. Damit bleibt Henglein seiner Linie treu, Verbrauchern mit Convenience-Produkten die Basis für gesunde und vollwertige Mahlzeiten zu liefern, die sich rasch zubereiten lassen. Nachhaltigkeit und Verpackung stehen oben auf der Agenda. „Durch die sukzessive Optimierung unserer Verpackungsformate können wir bedeutende Mengen an Plastik einsparen.“



Nun auch als vegane Variante: frische Spätzle ohne Ei.

Dabei arbeitet das Unternehmen stetig daran, „überall dort Verpackungsmaterial einzusparen, wo dies ohne Beeinträchtigung der Produktsicherheit möglich ist“.

Werblich gibt es mehrere Ansätze. „Wir sind Premium-Partner bei Chefkoch.de. Auf unserem Instagram-Account @mein_henglein bieten wir mehrmals wöchentlich Rezepte, Insights und Gewinnspiele an“, sagt Voth. Rezepthefte gibt es auf der Website. Unterstützung für den Handel bietet der national tätige Außendienst.

<< www.henglein.de



Nachhaltig und haltbar

Convenience-Verpackungen müssen mitunter strenge Kriterien erfüllen, um die Frische und Haltbarkeit der Produkte zu garantieren. Aber die Kosten und die Ansprüche der Konsumenten steigen. Wie bewältigen Hersteller den Spagat? **Robert Schmidt**

Lange frisch, ansprechende Optik und doch sicher verpackt: Convenience muss vielen Ansprüchen gerecht werden.



Fotos: Carsten Hoppen, Henglein, Schne-Frost, Bürger

>> **Verpackungsdesign** im Feld der Convenience ist eine Wissenschaft für sich. Es gilt, die Produkte lange haltbar und frisch zu halten, das Volumen im Sinne der Transportfähigkeit zu optimieren und nicht zuletzt den Supermarktkunden anzusprechen und zur Kaufentscheidung zu bewegen. Einige Faktoren erschweren dies: Rohstoffpreise schießen weiter in die Höhe, zuletzt befeuert durch den Ukraine-Konflikt. Zugleich werden Verbund-Verpackungslösungen immer lautstärker kritisiert; sie bestehen im Gegensatz zu Monoverpackungen aus mehreren Materialien. Eine Studie der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung GVM prognostiziert etwa, dass der Trend zu Papierverbunden mit Kunststoffanteil bis 2025 zu 25.000 Tonnen zusätzlichem Abfallaufkommen in Deutschland führen werde. „Der Ersatz von Kunststoffverpackungen durch Papierverbunde ist Greenwashing“, beklagt Dr. Isabell Schmidt, Geschäftsführerin der Industrievereinigung Kunststoffe (IK).

SUKZESSIV WENIGER PLASTIK

Andrea Neubert, Projektmanagerin Marketing bei Bürger, sieht die Herausforderung des Verpackungsdesigns darin, „dass wir Produkte im Sortiment haben, die aufgrund der Mikrobiologie eine schützende Verpackung besitzen müssen.“ Verbundfolien galten bisher als beste Lösung zum Schutz der frisch gekühlten Produkte – jedoch will Bürger künftig mit maximal zwei Kunststoffen im Verbund arbeiten, um eine möglichst hohe Recyclingquote zu erzielen. In verschiedenen Sortiments-

bereichen, so Neubert, teste man derzeit neue Lösungen. Vergangenes Jahr etwa wurde die Umstellung der Schlauchbeutel mehrerer Beilagen begonnen, um „aktuell die im Verbund als nicht recyclingfähig eingestuftene Kunststoffe (PET und Polyamid) zu eliminieren“.

Bei Henglein kommen sowohl Mono- als auch Verbundverpackungen zum Einsatz: Nur letztere könnten die technischen Voraussetzungen des Pasteurierungs- und Begasungsprozesses der Hefe-Teigwaren gewährleisten. Gleichwohl könne man bedeutende Mengen an Plastik einsparen, betont Geschäftsführer Eckhard Voth. „Wir versuchen stetig, unsere Verpackungswirtschaft zu optimieren und überall dort Verpackungsmaterial einzusparen, wo dies ohne Beeinträchtigung der Produktsicherheit möglich ist.“

EINE SCHWIERIGE LÖSUNGSSUCHE

Der Geflügelspezialitäten-Produzent Hanna setzt seit Jahren ausschließlich auf Monoverpackungen, informiert Ricarda Göstenmeiser aus dem Team Qualitätsmanagement und Einkauf. „Diese sind zu 100 Prozent recyclingfähig und das auch ohne großen Aufwand für unsere Kunden. Bei Verbundverpackungen ist dies kaum noch oder nur sehr eingeschränkt möglich.“ Auch die Kar-



„Wir versuchen, überall dort Verpackungsmaterial zu reduzieren, wo dies die Produktsicherheit nicht beeinträchtigt.“

Eckhard Voth, Geschäftsführer Henglein

56

Prozent Plastik spart Henglein seit der Umstellung der haus-eigenen Gnocchi auf Schlauchbeutel ein.

tonage sei nicht beschichtet und lässt sich so im Papiermüll entsorgen. Mithilfe einheitlicher Kartongrößen und dünnerer Folienbeutel will Hanna Nachhaltigkeitsbemühungen Rechnung tragen und gleichzeitig Kosten einsparen, ergänzt Michael Wittwer, Geschäftsleitung Vertrieb, Marketing und Produktentwicklung. Timo Burger, Geschäftsführer des

Knödelherstellers Burgis, betrachtet die Verpackungsoptimierung als fortlaufenden Prozess. „Wir verwenden bereits 10 Prozent weniger Plastik bei unseren Verpackungen. Außerdem sparen wir circa 20 Prozent an Kartons und Logistikkosten, da mehr Produkte in den Umkartons verstaut werden können.“ Im Sinne der optimalen Rückführung in den Recyclingprozess seien Monoverpackungen für Burgis die bestmögliche Lösung.

Auch bei Steinhaus, unterstreicht Marketingleiter Oliver Frielingsdorf, erachtet man die Umstellung auf Monoverpackungen als richtigen Weg und arbeitet, wo immer möglich, an einer besseren Recyclingquote. Die jüngsten Entwicklungen erschwerten jedoch die Lösungssuche, da die Kosten gestiegen seien und auch die Verfügbarkeit mithalten müsse: „Es ergibt keinen Sinn, wenn alle nur noch auf Papier-Karton-Lösungen setzen, welche der Markt auf Dauer nicht hergibt.“ Weitere, umsetzbare Lösungen für Lebensmittelverpackungen seien vonnöten.



LP-Redakteur Robert Schmidt möchte Verpackungen ohne mühsames Trennen entsorgen können – sonst wäre es auch nicht „convenient“.

Verpackungsbeispiele

FALTSCHACHTEL



Die Faltschachtel ist einer der Verpackungs-Klassiker bei Convenience-Produkten. Schne-Frost setzt bei den meisten Produkten, hier etwa den Mikrowellen-Pommes Curvy, auf die Papier-Lösung, die nach Gebrauch problemlos über die Papiertonne entsorgt werden kann.



SCHLAUCHBEUTEL

Bürger nutzt bei Beilagen wie den Mini-Gnocchi Schlauchbeutel, die eine Barriere-Schicht auf Polyethylen- und Polypropylen-Basis aufweisen. Im Gegensatz zu nicht recyclingfähigen Verbunden können diese Verpackungen im Anschluss recycelt werden.