

Papier statt Aluminium der Umwelt zuliebe

Wolf Wurstspezialitäten setzt auf innovative Fleischkäsebackformen

Traditionelle und regionale Spezialitäten, höchste Qualitätsansprüche sowie leidenschaftliches Metzgerhandwerk und ein unersättlicher Innovationsgeist: Dafür ist das Unternehmen Wolf Wurstspezialitäten im oberpfälzischen Schwandorf bekannt. Dabei steht auch der verantwortliche und nachhaltige Umgang mit Verpackungen ganz hoch im Kurs des Familienbetriebs. So hat Antalis Verpackungen für Wolf eine innovative und umweltverträgliche Fleischkäsebackform aus Papier entwickelt, die die bisher gängigen aluminiumbasierten Backformen vollständig ersetzt.



■ **Abb. 1:** In nur zwei Monaten entwickelte Antalis Verpackungen eine Fleischkäsebackform für Wolf, die ausschließlich aus Papier als nachwachsendem Rohstoff besteht sowie sicher und formstabil ist.

„Das Thema umweltfreundliche Verpackungsalternativen beschäftigt uns hier im Unternehmen schon seit längerem“, erzählt Christian Wolf, Geschäftsführer von Wolf Wurstspezialitäten über das konkrete Projekt. Eines der zentralen Argumente für den Umstieg von Aluminium- auf die papierbasierten Frischfaserbackformen von Antalis Verpackungen war für ihn der Nachhaltigkeitsgedanke bei gleichzeitiger Gewährleistung höchster Lebensmittelsicherheit. „Hinzu kommt das steigende Bewusstsein der Verbraucher für den Umweltschutz und damit der zunehmende

Wunsch nach alternativen Verpackungsmaterialien. Dem wollten wir gern entgegenkommen“, so Wolf weiter. Man habe sich daraufhin bewusst entschieden, mit einem Partner wie Antalis Verpackungen zusammenzuarbeiten, der die notwendige Expertise und das technologische Know-how zur Entwicklung umweltfreundlicher und nachhaltiger Verpackungen mitbringt. Gesagt. Getan. Nach der Anfrage im August 2019 entwickelte der Verpackungsspezialist in nur zwei Monaten eine Fleischkäsebackform für Wolf, die ausschließlich aus Papier als nachwachsendem



■ **Abb. 2:** Die umweltverträgliche Fleischkäsebackform aus Papier ersetzt bei Wolf die bisher gängigen aluminiumbasierten Backformen vollständig und spart dadurch etwa 800 kg Aluminium jährlich ein.

Rohstoff besteht und den besonderen Anforderungen an die Produktsicherheit sowie Formstabilität bei der Lagerung und dem Ablöseverhalten nach dem Backen entspricht.

Einfaches Handling für den Endverbraucher

Bis zur Perfektion der neuen Fleischkäsebackform hatte das Team um Achim Veit, Verkaufslieferung Food bei Antalis Verpackungen, einige Herausforderungen zu meistern: „Tatsächlich haben wir zunächst viele verschiedene Papierqualitäten austesten müssen. Das sehr feuchte und fettende rohe Brät musste sich schließlich mehrere Tage ohne Verlust der Formstabilität lagern und dann nach dem Backen im Ofen einfach und komfortabel aus der Papierform lösen lassen.“ Deshalb führte das Unternehmen gemeinsam mit dem Kunden mehrere Test- und Musterreihen durch, bei denen auch stets auf die hohen Qualitätsstandards beim Umgang mit Lebensmitteln geachtet wurde. Die finale Wahl fiel auf eine Backform, die ausschließlich aus Frischfaserpapier besteht. Das Brät lässt sich in der Form außerdem mehrere Tage kühl lagern bevor es gebacken wird. Das verwendete silikonisierte Spezialpapier erlaubt darüber hinaus ein rückstandsfreies Auslösen des fertig gebackenen Fleischkäselais ohne Einfetten. Damit ist die neue Antalis Backform insgesamt sehr einfach und komfortabel für den Endverbraucher zu handhaben.

Das Unternehmen

Die Antalis Verpackungen GmbH ist führender Spezialist für intelligente Verpackungskonzepte, die dabei helfen, Verpackungsprozesse zu optimieren und Kosten zu sparen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Leinfelden-Echterdingen verfügt über neun Standorte in Deutschland, drei eigene Entwicklungszentren und beschäftigt rund 225 Mitarbeiter. Die Antalis Verpackungen GmbH ist Teil des französischen Antalis Konzerns und über diesen europaweit präsent. Antalis (Euronext Paris: ANTA) ist in Europa die führende und weltweit die zweitgrößte Großhandelsgruppe für Kommunikationsmedien in den Bereichen Print und Packaging und bietet umfangreiche Lösungen im Geschäftsfeld Office. 2018 erzielte die Gruppe einen Umsatz von 2,3 Mrd. €. Die 5.200 Mitarbeiter betreuen mehr als 126.000 Druck- und Geschäftskunden in 41 Ländern.

Nachhaltigkeit steht vor Kosten

Um auch das Handling für Wolf am Produktionsstandort in Schwandorf möglichst effizient zu gestalten, liefert Antalis Verpackungen die Backformen in bereits aufgerichteter und genesteter Form. Das erleichtert die Verarbeitung und das Abfüllen des Fleischkäsebräts nicht nur, sondern verkürzt auch den gesamten Produktionsprozess deutlich. Christian Wolf dazu: „Auf diese Weise können wir jährlich bis zu 80.000 Stück unseres Fleischkäsebräts zum Selbstaufbacken in den Lebensmitteleinzelhandel bringen und sparen dabei etwa 800 kg Aluminium ein.“ Die Umstellung von Aluminium auf Papier erfolgte, obwohl die neue Papierbackform für Wolf an sich keine nennenswerten Ersparnisse gegenüber den vorher verwendeten Verpackungen bringt. „Die neue Backform ist im Gegenteil sogar etwas teurer. Aber der Kostenfaktor war für unsere Entscheidung überhaupt nicht ausschlaggebend. Denn es ging uns wirklich darum, eine umweltfreundliche Alternative zur bisherigen Aluminiumverpackung zu finden“, sagt Wolf. Um gleichzeitig diese entschiedene Haltung und die Umweltfreundlichkeit des Produkts bei den Endverbrauchern herauszustellen, sind die neuen Backformen zusätzlich mit dem Aufdruck „Der Umwelt zuliebe“ bedruckt – ein weiterer Vorteil der Verwendung von bedruckbarem Papier gegenüber Aluminium. So bieten



■ **Abb. 3: Die neue Backform ist sehr einfach und komfortabel zu handhaben und wird zusätzlich dem zunehmenden Wunsch der Verbraucher nach alternativen Verpackungsmaterialien gerecht.**

die Backformen auch zukünftig Potenziale als zusätzliche Werbefläche.

Produktsicherheit gewährleistet

Achim Veit resümiert zur erfolgreichen Markteinführung der innovativen Fleischkäsebackform: „Das Produkt hat anstandslos alle notwendigen Lebensmittelzertifikate erhalten und erfüllt damit die höchsten Standards für Produktsicherheit. Dass es darüber hinaus auch eine besonders hohe Kundenakzeptanz im Lebensmitteleinzelhandel erfährt, freut uns natürlich sehr.“

Echt gute Wurst

Die Wolf Firmengruppe zählt zu den zehn größten Herstellern von Fleisch- und Wurstwaren in Deutschland. Mit Standorten in Schwandorf, Nürnberg und Schmöln stellt das Familienunternehmen in vierter Generation Fleisch- und Wurstspezialitäten nach traditionellem Metzgerhandwerk her. Seit 1925 hat sich kaum etwas an den bewährten, überlieferten Rezepturen der regionalen Spezialitäten geändert. Guter Geschmack nach dem Credo „Das Beste von uns daheim“ stehen für Wolf an erster Stelle. Die Wurzeln der Tradition hindern das Unternehmen aber nicht daran, neue und innovative Wege zu gehen, um einen entscheidenden gesellschaftlichen Beitrag zum schonenden und nachhaltigen Umgang mit Ressourcen zu leisten.

Autorin:

Sandra Nuss, Marketing, Antalis Verpackungen

Kontakt:

Antalis Verpackungen GmbH

Leinfelden-Echterdingen

Tel.: +49 711/75907-0

info@antalis-verpackungen.de

www.antalis-verpackungen.de

■ Klimaagenda mit neuem 1,5 °C-Ziel

SIG hat sich ein ambitioniertes, neues Klimaziel gesetzt, das jetzt als eines der ersten in der Branche von der Science Based Targets initiative (SBTi) bestätigt wurde. Es entspricht den aktuellsten Forderungen der Klimaforschung, die globale Erderwärmung unter 1,5 °C über dem vorindustriellen Niveau zu halten, um die gefährlichsten Folgen der globalen Erderwärmung zu verhindern. SIG verpflichtet sich, die Treibhausgasemissionen (Scope 1 und Scope 2) bis 2030 um 60 % zu senken (gegenüber Basisjahr 2016). „Es ist offensichtlich, dass die Welt dringend die globalen Treibhausgasemissionen reduzieren muss, um die gefährlichen Folgen des Klimawandels zu bekämpfen“, sagte Ian Wood, Chief Supply Chain Officer bei SIG. „Das neue Ziel von SIG wird unsere Klimaschutzmaßnahmen beschleunigen, indem wir unsere Emissionen drastisch senken und so unseren Beitrag zu einer klimagerechten Lebensmittelversorgung leisten.“ Mit dem ambitionierten, neuen Ziel gehört SIG zu den Pionierunternehmen beim Einsatz für die Reduzierung der Treibhausgasemissionen im Einklang mit dem globalen Pariser Abkommen zur Begrenzung der globalen Erderwärmung auf 1,5 °C. Rund 300 Unternehmen haben vom SBTi genehmigte Ziele. Weniger als 100 davon sind genehmigt als im Einklang mit dem 1,5 °C-Ziel. SIG ist eines der ersten



Unternehmen seiner Branche, das ein vom SBTi bestätigtes 1,5 °C-Ziel hat. Das Ziel verdichtet den Zeitraum, die Reduktion der Scope 1 und Scope 2-Emissionen von 60 % zu erreichen, um ganze 10 Jahre gegenüber dem bisherigen bereits von der SBTi genehmigten Ziel, das im Einklang damit lag, die globale Erwärmung unter 2 °C zu halten. Der Fokus auf den Einsatz erneuerbarer Energien hilft SIG, dieses Ziel zu erreichen. SIG hat bereits auf 100 % erneuerbaren Strom für seine weltweite Produktion umgestellt und prüft erweiterte Möglichkeiten zur Nutzung erneuerbarer Energien direkt vor Ort an den Produktionsstandorten – beispielhaft ist die preisgekrönte Solardach-Anlage in Thailand. SIG verpflichtet sich nicht nur zur Reduzierung der Emissionen der eigenen Produktionsbetriebe. Das Unternehmen verpflichtet

sich außerdem, die Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette bis 2030 (ab Basisjahr 2016) um 25 % pro verpacktem Liter zu reduzieren. Dieses Ziel beinhaltet Scope 1, Scope 2 und Scope 3-Emissionen eingekaufter Güter und Dienstleistungen, der Nutzung vertriebener Produkte, der Verwertung und der Entsorgung nach Gebrauch. Die aseptischen Getränkekartons von SIG haben einen 28–70 % geringeren CO₂-Fußabdruck als alternative Verpackungen wie Kunststoff- und Glasflaschen, Standbeutel und Dosen wie unabhängige Ökobilanzen zeigen. Sie werden hauptsächlich aus nachwachsenden Rohstoffen aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern hergestellt, die im Wachstum Kohlenstoff aufnehmen. Und sie schützen Lebensmittel ohne Kühlung. Der Fokus auf die Verringerung der Klimaauswirkungen ist Teil des Way Beyond Good von SIG, der zum Ziel hat, partnerschaftlich eine net-positive Lebensmittelversorgung aufzubauen, die dazu beiträgt, die wachsende Weltbevölkerung zu ernähren und gleichzeitig mehr für die Gesellschaft und die Umwelt tut, als sie in Anspruch nimmt.

SIG Combibloc GmbH

Tel.: +49 2462/79-0

sigcombibloc@sig.biz

www.sig.biz