

UNFOLDED

A PAPER ABOUT CARTONBOARD

The background of the central section consists of several stacks of grey cardboard boxes, arranged in a receding perspective from the foreground towards the background. The text is centered on the front-most box.

I USED
TO BE
A
BESTSELLER.

BORN AGAIN. AND AGAIN.

PREISGEKRÖNT NACHHALTIG



Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Geschäftspartner!

Der Wunsch von Konsumenten nach mehr Nachhaltigkeit erlebt seit einigen Jahren einen deutlichen Aufwärtstrend. Dabei spielt die Art der Verpackung eine immer wesentlichere Rolle. In welchem Material Produkte verpackt sind und sich am Point of Sale präsentieren, trägt immer mehr zur Kaufentscheidung bei. Die Verpackung von morgen ist nachhaltig, bietet maximale Funktionalität bei bestmöglichem Produkt- und Hygieneschutz, arbeitet mit und nicht gegen die Natur und ist zirkulär.

Karton ist hier die erste Wahl: vielfältig im Einsatz, erneuerbar, recycelbar, biologisch abbaubar und somit die essenzielle Säule einer modernen Kreislaufwirtschaft. Karton wird andere Verpackungsmaterialien überall dort ersetzen, wo dies möglich ist. MM Karton legt daher einen besonderen Fokus auf die Entwicklung innovativer Qualitäten und unterstützt ein kritisches Überdenken bestehender Verpackungslösungen. Denn Offenheit für Neues und ein steter Blick auf den Konsumenten können neuartige Käuferlebnisse schaffen. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, investieren wir nachhaltig in Qualität, Produktivität und Umweltschutz. Im dritten Quartal 2020 lag diesbezüglich ein Schwerpunkt auf der langfristigen Stärkung unseres deutschen Kartonwerks in Gernsbach.

Dass sich Kreativität und Mut, neue Wege zu beschreiten, lohnen, zeigen die preisgekrönten Designs bei den diesjährigen ECMA und Pro Carton Young Design Awards. MMK wurde für das Projekt „Cotton Buds“ aus Excellent Top™ mit dem Gold Award ausgezeichnet. Die bisherige Plastikverpackung und Kunststoffwattestäbchen wurden vollständig durch eine Kartonlösung und Papierwattestäbchen ersetzt. Ein beispielhaftes Projekt, um der „Single Use Plastics Directive“ (SUPD) zu entsprechen, die ein Verbot von Plastik-Wattestäbchen ab Juli 2021 vorsieht.

Pro Carton und ECMA ließen ihrer Kreativität selbst in der aktuell schwierigen Situation freien Lauf und organisierten ihre erste gemeinsame virtuelle Veranstaltung, die „2020 Carton E-vent & Awards“. Durch die Digitalisierung des Events konnte eine noch breitere Zielgruppe für die Themen Nachhaltigkeit sowie Verpackungsdesign begeistert werden und vielleicht der eine oder andere kreative Kopf von morgen angesprochen werden.

Auch ein derzeit nicht nur in Deutschland viel diskutiertes Thema zeigt, dass MM Karton gut aufgestellt ist: Das deutsche Bundesministerium für Ernährung- und Landwirtschaft (BMEL) hat am 17.08.2020 das Notifizierungsverfahren der „Deutschen Mineralölverordnung“ bei der WTO und der EU-Kommission eingeleitet. Die Verordnung sieht die verpflichtende Verwendung einer funktionellen Barriere vor, um die Migration von aromatischen Mineralölkohlenwasserstoffen (MOAH C16-C35) zu verhindern. MM Karton hat bereits 2016 das innovative FOODBOARD™-Barrierekonzept erfolgreich auf den Markt gebracht, welches vor Migration von definierten unerwünschten Substanzen in Lebensmittel schützt.

Gerade Konsumenten von Bio-Produkten stehen umweltverschmutzenden Verpackungen zu Recht besonders kritisch gegenüber und greifen lieber zu nachwachsenden und recycelbaren Materialien. Das Unternehmen dm hat diesen Trend einmal mehr aufgegriffen und im Zuge des Marken-Relaunches der dmBio-Tees seine Verpackungen nun ebenfalls auf unseren Karton mit funktioneller Barriere umgestellt. dm bekennt sich so zur Lebensmittelsicherheit sowie zur Kreislaufwirtschaft und kann dank FOODBOARD™ nun gänzlich auf Plastik verzichten.

Veränderungen passieren, wenn sich Bedürfnisse ändern!

Horst Bittermann
Mayr-Melnhof Karton

3

EDITORIAL
HORST BITTERMANN

6

CHARITY-AKTION
IN DEN NIEDERLANDEN WIRD VON
MM KARTON UNTERSTÜTZT



8

NEUER ENTWURF
ZUR DEUTSCHEN MINERALÖLVERORDNUNG

9

MMK digital –
REKLAMATIONEN 24/7
SCHNELL UND INTUITIV ABWICKELN

10

INTERVIEW
CLEMENS STOCKINGER

12

EUROPEAN CARTON EXCELLENCE AWARDS 2020
FEIERN ALS DIGITALES E-VENT
GROSSEN ERFOLG

1 4

DM DROGERIE MARKT UND FOODBOARD™
STEHEN FÜR LEBENSMITTELSICHERHEIT



1 6

AURORA GOES NATURAL
MIT EXCELLENT TOP™ BROWN
FÜR NOTIZBUCH-COVER

1 8

HOSTI GOES NATURAL
MIT MMK KARTON



2 0

PERSONAL CARE –
KARTON GEFRAGTER DENN JE

2 2

KUNSTSTOFFVERPACKUNGEN
BELASTEN DIE EU-LÄNDERBUDGETS
AB 2021 ZUSÄTZLICH

2 4

(ZUKUNFTS)STARK
IN GERNSBACH

KINDER HELFEN KINDERN

CHARITY-AKTION IN DEN NIEDERLANDEN WIRD VON MM KARTON UNTERSTÜTZT

MMK hilft bei der erfolgreichen Kinderbriefmarkenaktion in den Niederlanden, bei der 140.000 Kinder im ganzen Land von Tür zu Tür gehen, um Geld für niederländische Kinder in Not zu sammeln. Dieses Jahr brachte die Initiative beeindruckende 7,6 Millionen Euro ein. Die eigens konstruierte Sammelbox aus Excellent Top™ Kraft war die Lösung, um diese Aktion in den schwierigen Zeiten der Pandemie mit Einhalten des Sicherheitsabstandes überhaupt durchführen zu können.



①

IM GANZEN LAND GINGEN NIEDERLÄNDISCHE
KINDER VON TÜR ZU TÜR, UM GELD FÜR KINDER IN
NOT ZU SAMMELN.

Kleine Box mit großer Wirkung

Die alljährliche Charity-Aktion ist eine Initiative der Non-Profit-Organisation „Stichting Kinderpostzegels“ und hat eine lange Tradition in den Niederlanden. Kinder im ganzen Land sammeln Geld, indem sie von Tür zu Tür ziehen und Briefmarken, Postkarten sowie Weihnachtskarten verkaufen. Der Erlös fließt dabei in Projekte, die Kindern aus schwierigen Verhältnissen zugutekommen. Damit der gute Zweck unter den aktuellen Covid-19-Richtlinien weitergeführt werden konnte, wurde nach einer schnell verfügbaren Kraftkarton-Lösung für eine Sammelbox gesucht, die letztendlich in Zusammenarbeit mit Rutgers Printing & Packaging Solutions aus Excellent Top™ Kraft gefertigt wurde. Neben dem Online-Verkauf der Briefmarken per Videobotschaft konnten die Kinder auch dieses Jahr unter Einhaltung der geltenden Auflagen von Tür zu Tür ziehen: Nachdem sie an der Haustür geklingelt hatten, stellten sie die Schachtel ab und traten den Mindestabstand zurück. Das Formular konnte der Käufer selbst entnehmen, seinen Wunsch ankreuzen und zurück in die Box geben, ehe es die Kinder wieder abholten. Um ganz sicher zu gehen, wurde die Box vor dem Öffnen für zwei Tage unter Quarantäne gestellt. Auch der niederländische Premierminister, Mark Rutte, der die Aktion jedes Jahr unterstützt, gab seine Bestellung mittels „MMK-Charity-Box“ auf.



Den Kindern eine Zukunft geben

Das Geld, das während der diesjährigen Kampagne eingenommen wurde, fließt in Maßnahmen, die benachteiligten Kindern ein besseres Zuhause und eine sichere Zukunft schenken. In den Niederlanden leben rund 90.000 Kinder in schwierigen Situationen – aufgrund der angespannten Covid-19-Situation ist diese Zahl im Steigen begriffen. „Mit der einfachen Idee, eine Box aus Excellent Top™ Kraft zu fertigen, haben wir die Briefmarkensammelaktion überhaupt erst ermöglicht. Gerade in diesen Zeiten ist es wichtiger denn je, Lösungen anzubieten und Sozialprojekte zu unterstützen“, freut sich Peter Rokebrand, Sales Direktor von MMK Niederlande, der dieses Projekt betreut hat. Die Briefmarken für Kinder gibt es seit 1924. In jenem Jahr wurde per königlichem Erlass beschlossen, Briefmarken mit einem Zuschlag für „das Kind, dem Unrecht zugefügt wurde“, herauszugeben. Dieses Jahr fand die Sammelaktion bereits zum 72. Mal statt.



② + ③

DIE SAMMELBOX AUS EXCELLENT TOP™ KRAFT ERMÖGLICHTE ES, DIE AKTION MIT EINHALTEN DES SICHERHEITSBESTANDES DURCHFÜHREN ZU KÖNNEN.

GESETZGEBUNG

NEUER ENTWURF ZUR DEUTSCHEN MINERALÖLVERORDNUNG

Am 17. August 2020 leitete das deutsche Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) das Notifizierungsverfahren der „22. Verordnung zur Änderung der Bedarfsgegenständeverordnung“ bei der WTO und der EU-Kommission ein.

Der neue Entwurf

Der notifizierte Verordnungsentwurf bezieht sich auf Lebensmittelbedarfsgegenstände, die unter Verwendung von Altpapierstoffen hergestellt wurden. Sie sieht die verpflichtende Verwendung einer funktionellen Barriere vor, um die Migration von aromatischen Mineralölkohlenwasserstoffen (MOAH C16-C35) zu verhindern (Nachweisgrenze von 0,5 mg/kg MOAH im Lebensmittel oder 0,15 mg/kg in Lebensmittelsimulanzen¹). Davon ausgenommen sind nur der Verzicht des Inverkehrbringers (Abpackers), eine spezielle Beschaffenheit des Lebensmittels selbst (z. B. von Speisesalz) oder spezielle Verwendungsbedingungen (z. B. Tiefkühlkost oder Kurzzeitkontakt). Der Hersteller und der Inverkehrbringer des Lebensmittelbedarfsgegenstandes haben die Einhaltung der Mineralölverordnung sicherzustellen.

Quellenunabhängige Kontamination – Ein übergangenes Kriterium

Dieses Vorgehen war für alle betroffenen Wirtschaftsbeteiligten überraschend, denn seit der letzten Entwurfsfassung von April 2017 fand trotz intensiver Befassung mit der Thematik durch Industrie und deren Vertreter keine weitere Kommunikation statt. Allem Anschein nach gab es auch keine inhaltliche Ressort-Abstimmung mit den deutschen Bundes-

ministerien für Wirtschaft und Umweltschutz: Denn um den Konsumenten tatsächlich umfassend vor Mineralölübergängen in Lebensmitteln zu schützen, müssen alle Kontaminierungsquellen betrachtet werden. Dies rückt auch im gegenwärtigen Diskurs immer mehr in den Fokus. Damit beschäftigen sich unter anderem das Orientierungswerteprojekt des Lebensmittelverbands Deutschland unter der Beteiligung von Wirtschaft und Landesbehörden oder auch die jüngsten Empfehlungen der Europäischen Kommission zum MOAH-Gehalt in Säuglingsnahrung.

FOODBOARD™ verhindert MOAH-Migration

Bereits seit Bekanntwerden der Mineralölthematik hat sich Mayr-Melnhof Karton diesen Herausforderungen gestellt, um gemeinsam mit seinen Kunden höchstmöglichen Verbraucherschutz sicherzustellen. Das innovative FOODBOARD™ Barrierenkonzept verhindert die Migration von definierten unerwünschten Substanzen in das Lebensmittel. Seit Jahren schützt FOODBOARD™ viele bekannte Marken und unterschiedliche Nahrungsmittel und erfüllt nicht nur alle zurzeit gültigen europäischen Verordnungen und Gesetze für den direkten Kontakt mit Lebensmitteln, sondern selbstverständlich auch die zur Notifizierung gebrachte Mineralölverordnung.

¹Gemäß BfR Empfehlung XXXVI betreffend Bestimmung von Übergängen auf Lebensmittel (Fußnote 29). Die Prüfung kann mit einer geeigneten Lebensmittelsimulanz erfolgen. Bei Prüfung nach DIN EN 14338 ist das erhaltene flächenbezogene Ergebnis umzurechnen in mg/kg Lebensmittel unter Anwendung des Verhältnisses Kontaktfläche zu Lebensmittelvolumen bei der tatsächlichen oder ungünstigsten geplanten Verwendung.

JETZT ONLINE

MMK digital – REKLAMATIONEN 24/7 SCHNELL UND INTUITIV ABWICKELN

Für MMK digital Kunden sind Reklamationen ab sofort noch rascher und unkomplizierter einzureichen. Die neue Reklamationsbearbeitung ermöglicht eine umfassende digitale Abwicklung.

Mit Einführung des digitalen Verkaufs- und Servicekanals MMK digital läutete Mayr-Melnhof Karton eine neue Ära der Kundenkommunikation in der Kartonindustrie ein. Während die digitale Abwicklung von Geschäftsvorgängen im B2C-Bereich längst im Alltag integriert ist, wird sie für MM Karton Kunden auch im B2B-Bereich ermöglicht. Rund um die Uhr, an sieben Tagen die Woche können Bestellungen sicher und in Sekundenschnelle durchgeführt werden. Für den großen Erfolg der Plattform sind auch die kontinuierliche Verbesserung und Erweiterung seiner benutzerfreundlichen und interaktiven Funktionen maßgeblich: Mit Herbst 2020 stellt MMK digital Nutzern eine neue Funktion zur Verfügung, die es ermöglicht, Reklamationen rasch und unkompliziert einzureichen und zu verfolgen.

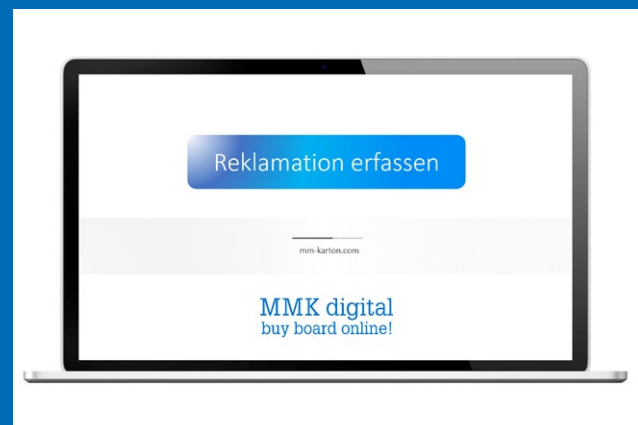
Reklamationen sind ein sensibles Thema, daher war es dem Entwicklerteam ein besonderes Anliegen, dass Kunden den gesamten Prozess schnell und intuitiv abwickeln können. Dabei orientieren sich die Abläufe an bekannten B2C-Plattformen, jedoch immer unter Berücksichtigung der komplexen und spezifischen Anforderungen des B2B-Bereichs.

Eine Reklamation kann nun in nur wenigen Schritten verbucht werden. Durch die gezielte Abfrage von Informationen sowie die Möglichkeit für den Kunden, die Reklamation mit Fotos und Videos zu ergänzen, stehen unserem Kundenservice alle Informationen für eine schnelle Abwicklung der Reklamation zur Verfügung. Der Nutzer sieht zu jeder Zeit in welchem Prozessschritt er sich befindet und welche Informationen noch

benötigt werden. Der Status einer laufenden Reklamation kann in MMK digital über das Dashboard gleich nach dem Einloggen eingesehen werden.

Die MMK digital Reklamationsbearbeitung ermöglicht es den Kunden von MM Karton, in kürzester Zeit, unkompliziert und transparent, Anliegen zu übermitteln. Das MMK-Multi-Channel-Konzept wird erweitert und Anliegen können auch in Zukunft auf anderem Wege, beispielsweise per E-Mail kommuniziert werden.

Unser vorrangiges Ziel bei Mayr-Melnhof Karton bleibt es selbstverständlich Produkte und Services ohne Grund für Reklamationen anzubieten. Aber natürlich können sich unsere Kunden bei künftigen Reklamationen darauf verlassen, dass MMK digital ein intelligentes Werkzeug bietet, um diese effizient, transparent und rasch zu bearbeiten.



GESTÄRKT AUS DER KRISE KOMMEN

Fünf Fragen an Clemens Stockinger,
Managing Director, Sales & Marketing, Cartonboard Division



Was waren bei MMK die bisher größten Herausforderungen während der Pandemie?

Eine besondere Herausforderung war es, die Produktion stets unter höchsten Sicherheitsvorkehrungen aufrechtzuerhalten und somit die Belieferung der Industrie mit Verpackungen – trotz angespannter Lage in der Liefer- und Transportkette – sicherzustellen. Das alles ist uns gut gelungen, vor allem auch weil alle notwendigen Sicherheitsmaßnahmen zum bestmöglichen Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rasch getroffen wurden – unsere werksverantwortlichen Kolleginnen

und Kollegen haben diesbezüglich einen super Job gemacht! Als Packmittelproduzent ist Mayr-Melnhof Karton ein essenzieller Teil der Versorgungskette und somit als systemrelevantes Unternehmen klassifiziert.

Stichwort „systemrelevantes Unternehmen“ – können Sie das kurz erklären?

Die Produkte und Dienstleistungen von MM Karton sind essenziell, um die Lieferkette von Lebensmitteln, Arzneimitteln und sonstigen Gütern des täglichen Bedarfs aufrechtzuerhalten. Dies

wurde durch das deutsche Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) bestätigt. Die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln, Medikamenten oder Medizinprodukten sowie sonstigen Gütern des täglichen Bedarfs wäre ohne Verpackungen undenkbar. Gerade in solch turbulenten Zeiten zeigen sich die Stärken jedes Unternehmens und jeder Organisation. Unsere Kundinnen und Kunden konnten sich immer voll und ganz auf MM Karton verlassen. Als Partner der Lebensmittel- und Pharmaindustrie tragen wir Mitverantwortung, da wir die Versorgung der Bevölkerung sicherstellen müssen. Wir tun daher nach wie vor alles, um unsere Kundinnen und Kunden bestmöglich zu unterstützen und eine nachhaltige Belieferung zu gewährleisten. Nur gemeinsam können wir die Herausforderungen und Folgen von Covid-19 bewältigen.

Die Krise hat das Konsumentenverhalten grundlegend verändert. Wie hat sich das bei MMK auf den Absatzmarkt ausgewirkt?

Die Covid-19-Pandemie hat weitreichende Auswirkungen auf das Leben jedes Einzelnen und hat die Gesellschaft maßgeblich verändert. Viele Konsumentinnen und Konsumenten verzichteten speziell während des Lockdowns im Frühjahr auf den täglichen Einkauf und tätigten stattdessen vorrätig „Hamsterkäufe“. Im zweiten Lockdown blieben leere Regale jedoch gänzlich aus. Final lassen sich die Auswirkungen noch nicht beziffern. Es kann dennoch festgehalten werden, dass der Stellenwert der Verpackung mit ihren unverzichtbaren Schutz-, Hygiene- und Transportfunktionen gestiegen ist. Egal ob Lebensmittel, Arzneimittel, Hygieneprodukte oder sonstige Güter des täglichen Bedarfs – von der Verfügbarkeit der entsprechenden Verpackung hängt die Versorgung der Bevölkerung ab. Außerdem gerieten wichtige Funktionen von Verpackungen wieder mehr und mehr in den Fokus der Konsumierenden. Insbesondere Hygiene und Haltbarkeit haben seit der Pandemie einen höheren Stellenwert. Die Verpackung wird daher nicht nur als wesentlich gesehen, um Güter zu schützen und zu transportieren, sondern als essenzielles Produkt an sich.

Haben Sie auch in der Zusammenarbeit intern sowie mit Kundinnen und Kunden „neue Wege“ beschritten?

Wir haben definitiv gelernt, neu zu interagieren und zu kommunizieren. Unternehmen müssen sich, wie auch die letzten

Monate zeigten, intensiv mit Digitalisierung und einer „neuen“ Art zu arbeiten befassen. Wie viele andere Firmen, haben uns die Ereignisse und das Tempo, mit dem sie über uns hereingebrochen sind, in völlig neue Bahnen gezwungen. An dieser Stelle möchte ich mich bei allen Kolleginnen und Kollegen der IT dafür bedanken, dass wir alle schnell und reibungslos für das Arbeiten in unseren Homeoffices „umgerüstet“ wurden, um stets einsatzfähig und nahe bei unseren Kundinnen und Kunden zu bleiben. Mein Dank gilt allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich sehr schnell und flexibel auf diese neuen Rahmenbedingungen eingestellt haben.

Dank unserer Vorreiterrolle bei der Digitalisierung in der Kartonindustrie setzen wir mit MMK digital seit längerem nicht nur neue Maßstäbe für Geschwindigkeit und Kommunikation, sondern unterstützen unsere Kundinnen und Kunden auch bei der einfacheren und effizienteren Abwicklung ihrer täglichen Arbeit. Das haben wir notgedrungen nun auch sehr erfolgreich in der internen Zusammenarbeit umgesetzt.

Eine persönliche Frage zum Schluss: Können Sie schon sagen, was Sie vielleicht aus der Corona-Zeit für sich mitnehmen? Wird sich Ihr Arbeitsalltag in Zukunft verändern?

Ich nehme in erster Linie die Beobachtung mit, dass man Krisenzeiten vor allem mit dem Einsatz neuer Werkzeuge, einem hohen Maß an Kommunikation und einer flexibleren Arbeitsweise erfolgreich meistern kann – ganz egal wie schwierig die Situationen auch sein mögen. Entscheidend ist natürlich auch, mit wem wir diese Phase erfolgreich bewältigt haben – wer hat zu uns gestanden, hat uns Vertrauen und Verständnis entgegengebracht? Das sind genau die Menschen und Organisationen, mit denen wir in Zukunft noch stärker zusammenarbeiten wollen! Mein Arbeitsalltag ist natürlich auch ein etwas anderer geworden. Auch für mich selbst waren die letzten Monate ein „digitaler Booster“. Statt persönlicher Gespräche verbringe ich nun viel Zeit in virtuellen Meetings mit Teilnehmenden aus aller Welt, um mit unseren Kundinnen und Kunden in Kontakt zu bleiben. Auch wenn diese Art der Kommunikation mittlerweile gewissermaßen Routine geworden ist, tadellos funktioniert und uns wohl für bestimmte Tätigkeiten erhalten bleiben wird, freue ich mich schon wieder auf persönliche Gespräche!

EUROPEAN CARTON EXCELLENCE AWARDS 2020 FEIERN ALS DIGITALES E-VENT GROSSEN ERFOLG

Pro Carton und ECMA nahmen die aktuelle Situation zum Anlass, ihre erste gemeinsame virtuelle Veranstaltung, die „2020 Carton E-vent & Awards“ zu organisieren! Eine gute Gelegenheit zur Kür exzellenter Kartonverpackungen.

Der Carton Excellence Award wurde vor über 20 Jahren ins Leben gerufen und ist Europas renommierteste Auszeichnung für Kartonverpackungen. Durch die Digitalisierung des Events wurde eine noch größere Bandbreite geschaffen: Während bisher ausschließlich Führungskräfte und Entscheidungsträger der europäischen Kartonindustrie zusammen mit den nominierten Einreichern teilnahmen, konnten dem live E-vent dieses Jahr ebenfalls Markeninhaber, Studenten und ihre Professoren, die Medien sowie alle Freunde und Mitarbeiter von Pro Carton und ECMA folgen.

Selten gesehene Kreativität und modernste Technologie¹

Besonders erfreulich war die wieder sehr hohe Teilnehmerzahl am Pro Carton Young Designers Award. Bei diesem Wettbewerb stellen Studenten und Schüler europäischer Universitäten bzw. Schulen für Kunst und Design ihre innovativen und nachhaltigen Kartonlösungen vor. Die jungen Designer wurden dabei durch Kartonspenden von Mayr-Melnhof Karton unterstützt.

Von ästhetischen Messerhüllen über To-Go-Boxen für Sushi bis hin zu pharmazeutischen Verpackungen – das Talent der jungen Generation sowie die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten von Karton lassen hoffnungsvoll in die Zukunft blicken! Passend zur Digitalisierung des Events wurde dieses Jahr zum ersten Mal der

Pro Carton Student Video Award verliehen. Die eingereichten Videos erläuterten die Vorteile von Karton durch kreatives Storytelling. Der Bewerb, der sich an Studierende der Medien-, Marketing- und Wirtschaftswissenschaften richtete, war ein großer Erfolg.

Das wichtigste Werkzeug – Resilienz

Die Zuschauer freuten sich über ein abwechslungsreiches und kurzweiliges Eventprogramm, bei dem ein Auftritt des britischen Skispringers und Olympiahelden „Eddie the Eagle“ ein besonderes Highlight darstellte. Nie aufgeben und stets mutig sowie unbeirrt



①

DER GASTAUFTTRITT DES
OLYMPIAHELDEN „EDDIE THE EAGLE“
WAR EIN BESONDERES HIGHLIGHT.

¹die Moderatoren über die Einreichungen der jungen Designer

an seinem Ziel festhalten, dafür steht Eddie, der aller Widrigkeit zum Trotz Olympiateilnehmer wurde. Während der Preisverleihung nannte er Resilienz als sein wichtigstes Werkzeug.

Auch für die Kartonindustrie war Resilienz in den vergangenen Monaten zentrales Leitmotiv. Eine finale Bewertung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Karton- und Faltschachtelindustrie ist aktuell noch nicht möglich. Was jedoch mit Sicherheit gesagt werden kann, ist, dass sich die Karton- und

Faltschachtelindustrie durch die Krise nicht bremsen ließ. Die Branche hat sich vielmehr gestärkt, um unbeirrt die Versorgung ihrer Kunden zu sichern und die Supply Chain am Laufen zu halten. Von der Europäischen Kommission wurde sie daher jüngst als systemrelevante Industrie eingestuft.

Mayr-Melnhof Karton freut sich über die erhaltene Auszeichnung und gratuliert allen Gewinnern.

GOLD AWARD

WATTESTÄBCHEN

MARKE

Groupe Lemoine

FALTSCHACHTELHERSTELLER

Posson

MM KARTON

Excellent Top™

Dieser manipulationsgeschützte Karton ist ein vollständiger Ersatz für die bisherige Kunststoffverpackung. Er lässt sich beliebig oft mit einem Finger öffnen und schließen – und das mit einem charakteristischen Geräusch. Nach Gebrauch kann die schöne Schachtel zu einem anderen Zweck wiederverwendet werden, bevor sie schließlich recycelt wird. Produktion und Montage sind voll automatisiert.



YOUNG DESIGNERS AWARD CREATIVE CARTONBOARD IDEAS & PUBLIC AWARD

FULFIL

JUNGE DESIGNER:

Mirjam Bauer, Maureen Seel, Nora Karl



Die Juroren hielten dies für ein äußerst einfallsreiches Konzept, bei dem die Innenverpackung eine Falttasche zur Aufnahme eines gebrauchten Tampons enthält und die Tasche dahinter einen neuen Tampon aufnimmt. Das an sich war schon beeindruckend. Zusätzlich überzeugt auch die Ästhetik der Verpackung für den Einzelhandel.

GOING PLASTICS FREE – MIT FOODBOARD™

DM DROGERIE MARKT UND FOODBOARD™ STEHEN FÜR LEBENSMITTELSICHERHEIT

dm drogerie markt, einer der größten und erfolgreichsten Drogeriemärkte in Europa, schafft Vertrauen am Regal: Mit unserem effektiven Barrierekarton FOODBOARD™ werden die Tees der Eigenmarke dmBio optimal geschützt. Auf den Verpackungen wird dies durch einen Hinweis auf FOODBOARD™ deutlich. Der Aufdruck bzw. die Sichtbarkeit für den Endkonsumenten macht FOODBOARD™ zum Markenkarton.

„Bei dm liegt es in unserem ureigenen Interesse, mit Ressourcen möglichst effizient und schonend umzugehen, um auch für nachfolgende Generationen ein lebenswertes Leben zu ermöglichen. Durch bewussten Materialeinsatz und recyclingfähiges Verpackungsdesign sind wir bestrebt, den ökologischen Fußabdruck in allen Prozessen so gering wie möglich zu halten und Teil einer funktionsfähigen Kreislaufwirtschaft zu sein. Eine Verpackungslösung aus nachwachsenden Rohstoffen, aus nachhaltiger zertifizierter Forstwirtschaft, mit Recycling-Anteil und recycelbar – FOODBOARD™ erfüllt alle unsere Anforderungen und schützt effektiv und ressourcenschonend vor Migration. Natürlich wollen wir dies auch unsere Kunden wissen lassen“,
Dagmar Glatz, Spezialistin für nachhaltigere Verpackungen bei dm drogerie markt.

Lange Partnerschaft

Bereits seit einiger Zeit setzt dm auf FOODBOARD™, z. B. beim Tee der dm-Marke babylove. Im Zuge des Marken-Relaunches der dmBio Tees werden deren Verpackungen nun ebenfalls auf unseren Karton mit funktioneller Barriere umgestellt. Das Bekenntnis zu Lebensmittelsicherheit und Kreislaufwirtschaft kommuniziert dm seinen Konsumenten durch den Hinweis auf FOODBOARD™ auf den Verpackungen der dmBio Tees.

Eine bewusste Entscheidung

Unter dem Motto „Natürlich lecker erleben“ bietet dm mit der Eigenmarke dmBio eine vielfältige Auswahl an qualitativ hoch-

wertigen Bio-Lebensmitteln – von Getränken über Getreide und Hülsenfrüchte bis hin zu Nüssen und Schokolade. Dabei legt dm größten Wert auf einen besonders schonenden und nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen und setzt daher auf sorgfältig ausgewählte Rohstoffe aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft. Dieser Nachhaltigkeitsanspruch soll sich auch in der Wahl des Verpackungsmaterials widerspiegeln: Aus Überzeugung verwendet dm Verpackungsmaterial, das sowohl die Produkte vor unerwünschten Substanzen (z. B. Mineralölen) schützt, als auch nachhaltig gewonnen und am Produktlebensende den wertvollen Rohstoffkreisläufen zugeführt wird.

SCHUTZ VOR MIGRATION

Insgesamt werden über 20 verschiedene Teesorten auf FOODBOARD™ umgestellt. Auf die vor der Umstellung verwendete Schutzfolie aus Zellophan kann somit verzichtet werden. Die Barriere von FOODBOARD™ bietet umfassenden Schutz vor Druckfarben und Umwelteinflüssen, die bei Transport, Lagerung und Präsentation im Verkaufsregal die Sicherheit der Lebensmittel beeinträchtigen können. Tee reagiert zudem auf Gerüche sehr empfindlich. Deshalb ist es umso wichtiger,

Verpackungsmaterial zu verwenden, das den ursprünglichen Geschmack und das Aroma bewahrt. FOODBOARD™ ermöglicht dies alles ohne Plastik-Umverpackung und stellt sicher, dass Kundinnen und Kunden den Tee ohne geschmackliche Beeinträchtigungen genießen können. Damit ist FOODBOARD™ gerade auch für sensorisch kritische Produkte eine ideale Verpackungslösung.



① + ②

DIE TEE-VERPACKUNGEN VON DM DROGERIE MARKT KOMMUNIZIEREN MIT DEM HINWEIS ZU FOODBOARD™ LEBENSMITTELSICHERHEIT UND NACHHALTIGKEIT.

Für Unternehmen, die ihr Engagement hinsichtlich Produktsicherheit deutlich kommunizieren und somit Verbrauchervertrauen stärken sowie Behörden über die funktionelle Barriere im Verkaufsregal informieren wollen, bieten wir zur Unterstützung einen Leitfadens an. Die FOODBOARD™ Design-Guideline enthält die wichtigsten Informationen darüber, wie das FOODBOARD™ Logo am effizientesten auf Verpackungen (On-Product-Nutzung) verwendet werden kann. Weitere Informationen erhalten Sie auf Anfrage unter marketing@mm-karton.com.

GOING NATURAL – MIT EXCELLENT TOP™

AURORA GOES NATURAL MIT EXCELLENT TOP™ BROWN FÜR NOTIZBUCH-COVER

Wenn es darum geht, die Weichen für mehr Nachhaltigkeit zu stellen, ist es sinnvoll, bestehende Designs zu überdenken. Insbesondere bei Non-Food-Produkten muss die Verwendung von Kunststoff kritisch hinterfragt werden. Dementsprechend hat Aurora Productions eine biologisch abbaubare Version für ihre hochwertige Notizbuch-Produktlinie ADOC auf den Markt gebracht bei der die Plastikcover durch Karton von MM Karton ersetzt wurden.

„Unsere Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit werden durch unsere hohen Standards angetrieben. Unser Ziel war es immer, Notizbücher zu kreieren, die wie aus einer anderen Welt zu kommen scheinen. Jetzt fühlen wir uns verpflichtet, unsere Welt zu schützen und wir sind stolz, ein Produkt entwickelt zu haben, das dazu beiträgt.“

Wim Tackx, Einkäufer bei Aurora.

INTERNATIONALER PAPIERWARENHERSTELLER SETZT AUF NACHHALTIGKEIT ...

Aurora verfügt über mehr als 80 Jahre Erfahrung in der Produktion und im Vertrieb von Papierwaren wie Schulhefte und Tagebücher. Was als kleiner, belgischer Familienbetrieb begann, entwickelte sich zu einem internationalen Papierwarenhersteller. Dank dieser langen Geschichte verfügt Aurora über umfassendes Know-how bei der Erfüllung individueller Kundenwünsche hinsichtlich Design und Bindung für ein perfektes Endprodukt. Auch wenn die Anforderungen bezüglich Endprodukt variieren,

sind die Erwartungen in Hinblick auf Nachhaltigkeit die gleichen: Kunden wünschen ein Höchstmaß an Umweltschutz. Aurora ist sich dessen bewusst, hat ihr hochwertiges Produktsortiment ADOC an die Erwartungen der Kunden angepasst und eine biologisch abbaubare Version auf den Markt gebracht, bei der das Kunststoff-Cover vollständig durch Karton ersetzt wurde.

... UND MACHT DEN KARTON-DECKEL DRAUF

Das flexible ADOC-Ringbuchsystem von Aurora bietet mit einer Vielzahl von Möglichkeiten zahlreiche Vorteile gegenüber traditionellen Bindsystemen: Schnell und einfach kann ein personalisierter Präsentationsordner erstellt werden, der mit Taschen ergänzt und mit Trennblättern unterteilt wird. Wenn es um praktische Lösungen geht, ist ADOC die beste Wahl. Nun gilt dies auch in puncto Nachhaltigkeit: Aurora erweiterte die ADOC-Produktpalette um eine natürliche Produktlinie, bei der das Kunststoff-Cover durch unsere

Kraft-Qualität Excellent Top™ Brown ersetzt wurde. Bei dieser Version des Ringbuchs sind sogar die Ringe biologisch abbaubar. Excellent Top™ Brown besteht aus nachwachsenden Rohstoffen, ist biologisch abbaubar, vollständig recycelbar und bestes Beispiel einer echten Kreislaufwirtschaft – Aurora kommuniziert die Vorteile für die Umwelt deutlich sichtbar auf dem Ringbuch-Cover. Außerdem bietet Excellent Top™ Brown die erforderliche Stabilität, um wichtige Notizen zu schützen.



① + ②

DAS NEUE NOTIZBUCH-COVER AUS DER ADOC-BIO-PRODUKTTREIHE VON AURORA IST AUS KARTON UND DAHER BIOLOGISCH ABBAUBAR.

HOSTI GOES NATURAL MIT MMK KARTON

HOSTI

Einweggeschirr kann in vielen Fällen eine gute Wahl sein, sofern es aus dem richtigen Material gefertigt wird: Die HOSTI GmbH, der größte Papptellerhersteller in Europa, setzt auf Excellent Top™ Brown für seine braune und Excellent Top™ Pure sowie Triumph Top für seine weiße Produktlinie.

„Die Menge an Plastikmüll in den Ozeanen und Meeren nimmt stetig zu – mit negativen Folgen für die Ökosysteme, die biologische Vielfalt und möglicherweise die menschliche Gesundheit. Gleichzeitig gehen wertvolle Materialien, die der Wirtschaft wieder zugeführt werden könnten, verloren. Auf Einwegkunststoffartikel entfallen etwa die Hälfte aller an europäischen Stränden vorgefundenen Meeresabfälle. Uns ist es seit mittlerweile über 70 Jahren ein Anliegen nachhaltige Einwegprodukte zu erzeugen. Wir ersetzen umweltschädliches Plastik mit nachhaltigen und wirtschaftlichen Tellern und Pappschalen. Sie sollen bei Feiern und Festen Stimmung in das Leben bringen, aber das Leben zukünftiger Generationen nicht negativ beeinflussen“,

Björn Kunz, Bereichsleiter Marketing & Vertrieb von HOSTI.

 NACHHALTIGES EINWEGGESCHIRR

Sei es ein großes Grillfest mit vielen Gästen, eine Kinderparty oder ein Event: Wer nicht regelmäßig viele Gäste bewirtet, verfügt meist nicht über die nötige Menge Geschirr. Die Müllberge, die durch die Benutzung von Kunststoff-Einweggeschirr entstehen, wachsen. Mit der „Single Use Plastic Directive“ (Einweg-Kunststoffrichtlinie) will die EU Einwegkunststoff-Artikel reduzieren bzw. durch bereits vorhandene nachhaltigere Alternativen bis

spätestens 2021 ersetzen. Auf der Verbots-Agenda ganz oben: Plastikgeschirr.

Pappteller aus wiederverwertbaren Rohstoffen vereinen Umweltverträglichkeit mit Praktikabilität. HOSTI produziert als europäischer Marktführer seit 70 Jahren nachhaltiges Einweggeschirr aus Pappe – aus nachwachsenden Rohstoffen, biologisch abbaubar, vollständig plastikfrei.

 ERFOLGSFAKTOR KARTON

Erfolgsfaktoren von HOSTI sind neben jahrzehntelangem Know-how sowie den höchsten Maßstäben in der Produktion vor allem auch beständige Rohstofflieferanten des Vertrauens mit konstant hochwertiger Kartonqualität und Liefersicherheit. Für seine braune Produktlinie setzt Hosti auf unsere ungestrichene, ungebleichte Kraft-Kartonqualität Excellent Top™ Brown,

für die weiße Produktlinie auf Excellent Top™ Pure sowie Triumph Top: Hergestellt aus nachwachsenden und natürlichen Rohstoffen, geformt von HOSTI zu individuellen und durchdachten Geschirrlösungen. Die Kartonqualitäten sind frei von optischen Aufhellern (OBA frei).



① + ②

PAPPTELLER AUS EXCELLENT TOP™ BROWN SOWIE EXCELLENT TOP™ PURE UND TRIUMPH TOP SORGEN FÜR NACHHALTIGES PARTYVERGNÜGEN OHNE REUE.

PERSONAL CARE – KARTON GEFRAGTER DENN JE!

In der Personal-Care¹-Branche spielen Verpackungen eine zentrale Rolle. Vom hochwertigen Designer-Parfum im Duty-Free-Shop zum kleinen Alltagsartikel aus der Drogerie – wie Personal-Care-Artikel verpackt sind, entscheidet wesentlich über die Produktwahl des Kunden und kann am Point of Sale ausschlaggebend sein.

Natürlich elegant

Nachhaltige Verpackungen eroberten innerhalb der letzten Jahre viele Branchen im Sturm. In der stetig wachsenden Personal-Care Industrie ging dieser Trend jedoch etwas langsamer voran. Eine Ausnahme dazu bilden Luxusartikel wie Parfum oder hochwertige dekorative Kosmetik. Hier zeigt sich, dass Nachhaltigkeit und Luxus keinesfalls Widersprüche sind. In diesem Segment fungiert das nachhaltige Verpackungsmaterial Karton seit jeher als Träger von Markenbotschaften. Ansehnlich veredelte Kartonverpackungen reflektieren den hohen Wert des darin verpackten Produktes und agieren am Point of Sale als Eye-Catcher. Mehr noch als in anderen Segmenten spielen Verpackungen im Luxussegment eine zentrale Rolle und so manche Konsumenten verwenden attraktiv verzierte Schachteln nach dem Kauf zur Aufbewahrung des Produkts weiter oder stellen sie gar in den eigenen vier Wänden dekorativ zur Schau.

Abgesehen vom Luxussegment fanden sich in den Personal-Care-Regalen lange Zeit vor allem Verpackungen aus Plastik oder anderen, wenig nachhaltigen Materialien. Nun ist auch hier eine Wende zu erkennen: Der Konsumentenzielgruppe wird die positive Wirkung einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft auf unsere Umwelt immer bewusster. Viele wollen ihren Beitrag leisten, Müllberge vermeiden und mit gutem Gewissen einkaufen.

¹Bei Personal-Care-Produkten handelt es sich um ein Produktsortiment, das der Körperpflege und dekorativen Kosmetik gewidmet ist.

Braun und Grau sind „das neue Weiß“

Laut einer Multibranchen-Studie des VKE Kosmetikverbands von Anfang 2020 gelang nachhaltiger Kosmetik in den letzten Jahren ein generationsübergreifender raketenhafter Aufstieg. Um diesem Trend optimal nachzugehen, eignet sich eine möglichst natürlich anmutende Verpackung am Point of Sale. Der neue Trend im Personal-Care-Bereich ist also nicht etwa ein Produkt, sondern eine Farbnuance! Braun und Grau sind „das neue Weiß“. Viel zu lang wurden Verpackungen in natürlichen Farben als weniger hochwertige Alternativen abgestempelt. Durch das neue Umweltbewusstsein vieler Konsumierenden erleben Recyclingkartons und natürlich wirkende Frischfaserkartons eine rapid steigende Nachfrage und sind im Personal-Care-Bereich gefragter denn je.

Das passende Geschenk – natürlich verpackt

Obleich Konsumenten Weihnachtseinkäufe zunehmend online tätigen, werden Körperpflegeprodukte (insbesondere Parfums) weiterhin überwiegend „offline“ – also im Geschäft – gekauft. Gerade beim Schaufensterbummel kann eine ansprechende Verpackung als Auslöser für die Kaufentscheidung fungieren. Dabei wird dem Konsumenten die Kaufentscheidung durch prachtvoll gestaltete Schachteln, welche wie im Geschäft erworben direkt unter dem Weihnachtsbaum platziert werden können, erleichtert. Aufwendiges Verpacken mit Geschenkpapier und Schleifen ist oft nicht mehr notwendig. Da dies nicht nur Geschenkpapier, sondern vor allem Zeit (und Nerven) spart, greifen in der stressigen Vorweihnachtszeit viele bevorzugt zu bereits schön verpackten Produkten. Und sollten Ihre Kunden doch Verfechter des Onlineshoppens sein: Laut einer Studie lassen sich selbst über dieses Medium 45 % der Konsumenten durch eine ansprechende Verpackung überzeugen!

Z Ä H N E Z E I G E N F Ü R N A T Ü R L I C H E N K A R T O N

Markenwerte auf Kartonumverpackungen zu präsentieren, ist ein wachsender Trend bei Zahnpasta. Hier bauen bereits drei der fünf großen europäischen Anbieter auf Recyclingkarton. Die Primärverpackung klassischer cremiger Zahnpasta besteht weiterhin aus Kunststoff oder Aluminium, doch der große Vorteil der Sekundärverpackung aus Karton liegt darin, dass eine deutliche Reduktion der Primärverpackung erreicht werden kann. Zusätzlich zum reduzierten Kunststoffanteil können Markenwerte am Point of Sale auf Kartonverpackungen optimal transportiert werden.

Mit seiner Zahnbürstenverpackung geht dm einen weiteren Schritt Richtung mehr Natürlichkeit: Der Griff der Zahnbürste ist aus nachhaltig bewirtschaftetem Buchenholz, die Borsten aus bis zu 100 % biologisch nachwachsenden Ressourcen und die Verpackung aus Excellent Top™ Brown ist vollständig recycelbar sowie biologisch abbaubar.

Excellent Top™ Brown und Browncolor sind die überzeugende Antwort von MM Karton auf die starke Nachfrage nach diesem Look, sowohl im Frischfaser- als auch im Recyclingkartonsegment. Eine Auswahl unserer natürlichen Qualitäten finden Sie in MMK UNFOLDED 2/2018 „Die Natürliche Wahl – Karton“.

www.mm-karton.com/news-unfolded/printmagazin/

KUNSTSTOFFVERPACKUNGEN BELASTEN DIE EU-LÄNDERBUDGETS AB 2021 ZUSÄTZLICH

Die relativ niedrigen Kosten von Plastik haben dazu geführt, dass das Material in unserem Alltag allgegenwärtig ist. Die Kosten sind aber nur deshalb so nieder, da die Allgemeinheit, und nicht etwa der Verursacher selbst, die Zusatzkosten für die Entsorgung von gebrauchten Plastikverpackungen schultern muss. Vor allem bei kurzer Nutzung der Plastikverpackungen und dort, wo es bereits nachhaltige Alternativen gibt, ist dies den Konsumenten und gleichzeitig auch Wählern nicht mehr zu erklären.



①

**DIESE EINWEGPLASTIKPRODUKTE
SIND AB 2021 VERBOTEN.**

In Anbetracht dieser Entwicklungen beschloss die EU im Juni 2019 die Einwegplastik-Richtlinie (Single-Use Plastic Directive – SUPD), die ab 3. Juli 2021 in Kraft treten wird. Sie zielt primär auf jene Plastikabfälle ab, die am häufigsten unsachgerecht entsorgt werden, die Umwelt am meisten verschmutzen und den Weltmeeren schaden. Die Richtlinie umfasst drei Hauptthemen: das Verbot von Plastikprodukten, für die es nachhaltigere Alternativen gibt, das Erreichen einer generellen Reduzierung von Kunststoffverpackungen und, im

Zuge der erweiterten Herstellerverantwortung (EPR – Extended Producer Responsibility), das finanzielle Aufkommen der Hersteller für die verursachten Abfälle.

Alle EU-Länder sind nun aufgefordert, die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen. So legte beispielsweise das deutsche Bundesumweltministerium im April 2020 den Entwurf einer Einwegkunststoffverbotsverordnung vor, wonach alle Verbotsvorschriften der SUPD-Richtlinie eins zu eins in deutsches Recht umgesetzt werden. Aus dem Food-Service-Bereich werden Teller, Besteck, Trinkhalme und Rührstäbchen aus Einwegkunststoff verboten. Ferner umfasst das Verbot Serviceverpackungen aus Styropor und generell Produkte aus oxo-abbaubarem Kunststoff. In Frankreich wurde der in der SUPD-Richtlinie gesetzte Rahmen sogar erweitert und das Verbot auf Spielzeug, Sport-, Freizeit-, Heimwerker- und Gartenartikel, Kraftfahrzeuge etc. ausgeweitet.

Die Chance besteht darin, nachhaltige Alternativen aus nachwachsenden Rohstoffen zu identifizieren, um Einwegkunststoff zu ersetzen. Dies umfasst sowohl neuartige, innovative Lösungen als auch bewährte Materialien. Verpackungen aus Papier und Karton sind ein fruchtbarer Boden für innovative Verpackungslösungen, die einen immer größeren Teil der Kunststoffe auf dem Markt ersetzen. Bei den von der Richtlinie betroffenen Produkten handelt es sich um Alltagsgegenstände, auf die viele Menschen nicht mehr verzichten wollen. Was den meisten jedoch nicht bewusst ist: Für zahlreiche Einwegkunststoffprodukte gibt es bereits nachhaltigere Alternativen am Markt,

die beste Praktikabilität und Sicherheit bieten. Auf den Seiten 18-19 berichten wir von unserer Zusammenarbeit mit HOSTI, dem größten Pappstellerhersteller Europas. Bereits seit 70 Jahren produziert der Marktführer nachhaltiges Einweggeschirr und setzt für seine braune Produktlinie auf unseren Excellent Top™ Brown. Beim diesjährigen Carton Excellence Award (wir berichten auf den Seiten 12-13) wurde Mayr-Melnhof Karton für eine manipulationsgeschützte Wattestäbchen-Verpackung aus Karton mit Gold ausgezeichnet. Die Faltschachtel aus Excellent Top™ ist ein vollständiger Ersatz für die bisherige Kunststoffverpackung und die darin enthaltenen Wattestäbchen, die auf Basis von Papier produziert werden, sind ebenfalls nachhaltig. Die SUPD-Richtlinie wird einen erheblichen Einfluss auf die Wahl des Verpackungsmaterials haben und die Bedeutung von Karton als nachhaltiges Verpackungsmaterial wird weiter steigen. Bereits jetzt lässt sich eine Verlagerung von zusätzlichem Volumen auf faserbasierte Alternativen beobachten – eine Chance sowohl für die Umwelt als auch für die Kartonindustrie.

Die aktuell noch unklare Definition von Kunststoff in der SUPD bleibt ein heiß diskutiertes Thema, über dessen praktische Bedeutung rechtliche Unsicherheit herrscht. Denn während die Richtlinie eigentlich auf Kunststoffe abzielt, könnten mit der derzeitigen Formulierung auch einige Kartonlösungen unter die Definition fallen. Um Klarheit zu schaffen und weiter zu präzisieren, ob ein Produkt im Sinne der Richtlinie als Einwegkunststoffartikel kategorisiert wird, wurde eine Leitlinie zu „Einwegkunststoffartikeln“ veröffentlicht. Demnach liegt ein Kunststoffartikel bereits dann vor, wenn Polymere – unabhängig von ihrem Masseanteil am Gesamtprodukt – essenziell für die beabsichtigte Funktion des Produkts sind. Darunter würden auch Papier- und Kartonverpackungen fallen, die beschichtet sind. Für manche Anwendungen von Papier- und Kartonprodukten, insbesondere bei Barrieren zur Umschließung von Flüssigkeiten, gibt es aktuell noch keine marktfähigen Alternativen zu polymerhaltigen Beschichtungen. Diese Kunststoffbarrieren stellen nur einen äußerst geringen Anteil der gesamten, ansonsten faserbasierten, Verpackungen dar. Die Richtlinie behandelt solche Papier- und Kartonverpackungen jedoch gleich wie jene, die vollständig aus Kunststoff bestehen.

Aus diesem Grund haben eine Vielzahl europäischer Karton- und Faltschachtelverbände ihre Bedenken geäußert und die politischen Akteure zu einer entsprechenden Nachbesserung bzw. Präzisierung aufgerufen. Die Definition von „Kunststoff“ und von „Hauptstrukturbestandteil“ im Sinne der Einwegkunststoff-Richtlinie konterkarieren derzeit noch die Ziele ebendieser – nämlich die negativen Auswirkungen bestimmter Kunststoffprodukte auf die Umwelt zu verhindern und die unwiderruflichen Schäden an

unseren Weltmeeren zu vermeiden.

Eine Lösung könnte darin liegen, für eine Übergangszeit, in der es noch keine technischen Alternativen zu polymerhaltigen Beschichtungen auf dem Markt gibt, vorübergehende und schrittweise sinkende Schwellenwerte für Kunststoffbeschichtungen vorzugeben, die in Produkten enthalten sein dürfen, ohne dass diese als Kunststoffprodukte eingeordnet werden. Es ist ein großer Unterschied, ob eine To-Go-Verpackung zu 100 % aus Plastik besteht oder nur zu etwa 10 % zum Schutz vor Flüssigkeiten. Solche Schwellenwerte könnten auch eine unbeabsichtigte Zunahme von Lebensmittelabfällen verhindern, etwa durch eine erhöhte Portionsgröße im Food-Service-Bereich, die nicht konsumiert wird: Mehrfachportionen sind nämlich vom Anwendungsbereich der Richtlinie ausgenommen.

PLASTIK - "STEUER"

Ab Jänner 2021 sollen die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union für jede Tonne Kunststoffverpackungsabfall, welche nicht recycelt wird, eine Abgabe von 800 Euro an die EU entrichten. Dabei können die jeweiligen Nationalstaaten die Mittelaufbringung frei gestalten. Für Deutschland und Frankreich sind damit jeweils weit mehr als 1 Milliarde Euro pro Jahr fällig und selbst in Österreich macht das noch etwa 140 Millionen Euro aus. Die Vorgehensweise birgt folgende Problematik: Einige Mitgliedsstaaten haben bereits verkündet, die Steuer nicht auf Plastikproduzenten oder Hersteller von Plastikprodukten oder -verpackungen abzuwälzen, sondern sie aus ihrem jährlichen Budget zu bezahlen. Damit wird die Chance vertan, hier einen generellen Anreiz zu setzen, den Einsatz von Kunststoffverpackungen zugunsten nachhaltigerer Alternativen zu reduzieren.

Jeder Kunde ist mit seinen Verpackungsanforderungen und -zielen einzigartig. Durch unsere individuelle Beratung und Betreuung können wir Sie bei der Wahl Ihrer optimalen Verpackungslösung unterstützen. Auf unserer Website stellen wir unter der neuen Kategorie Kundenstories inspirierende Erfolgsgeschichten vor, bei denen unsere Kunden Kunststoffverpackungen durch nachhaltige Kartonverpackungen ersetzt haben. Vorgestellt werden nur bereits umgesetzte und am Markt erhältliche Verpackungslösungen. Mit unseren Kartonsorten auf Frischfaser- und Recyclingbasis unterstützen wir Produzenten und Handel bei der Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele, die dem Wunsch der Konsumenten nach verantwortungsvollem und nachhaltigem Ressourceneinsatz entsprechen.

(ZUKUNFTS)STARK IN GERNSBACH

MM Karton investierte zur Stärkung des deutschen Standortes Gernsbach in die Kartonmaschine, die Kläranlage und das Kraftwerk. Ziel dieser Maßnahmen ist die kontinuierliche Optimierung der Produktqualität sowie erhöhter Umweltschutz.

Qualität und Ressourceneffizienz

Zur weiteren Verbesserung der Oberflächeneigenschaften unserer am Markt bestens etablierten Recyclingkartonprodukte wurde ein neuer Kalandar eingebaut. Die Wasseraufbereitungsanlage wurde ebenso rundum erneuert, wodurch für das Werk höhere Produktionsmengen möglich werden. Außerdem investierte MMK in die Steigerung der Energieeffizienz des Kraftwerks. Dadurch hält MM Gernsbach bereits jetzt die ab 2025 verbindlichen Emissionsgrenzwerte ein.

Der Umbau gegen Ende des 3. Quartals dauerte zirka drei Wochen und wurde unter strengsten COVID-19-Schutzmaßnahmen abgewickelt.

„Unser Werk ist mit diesen umfassenden Investitionen in die Qualität sowie den effizienten und verantwortungsvollen Einsatz von Ressourcen zukunftsstark. Wir entsprechen dadurch nicht nur den hohen Erfordernissen des Marktes von heute, sondern sind auch für morgen konkurrenzfähig aufgestellt“, so Thomas Schmidt, Werksdirektor MMK Gernsbach.

Das deutsche Werk MMK Gernsbach gilt als eines der effizientesten Recyclingkartonwerke Europas und hat mit diesen Optimierungen einen deutlichen Schritt nach vorn gesetzt. Die Zufriedenheit unserer Kunden steht im Fokus unseres Handelns.

Das Cover Ihrer UNFOLDED Ausgabe wurde auf der Gernsbach Qualität Multicolor Belvedere gedruckt.



Das Cover dieser Ausgabe wurde auf Multicolor Belvedere 320 g/m² gedruckt:

- CMYK und Pantone-Farben
- Heißfolienprägung
- Hochprägung
- Partieller Softtouch Lack

HERAUSGEBER UND MEDIENINHABER
MAYR-MELNHOF KARTON GESELLSCHAFT M.B.H.
BRAHMSPLATZ 6
1041 WIEN
ÖSTERREICH
WWW.MM-KARTON.COM

REDAKTION
SOPHIE VOGGENBERGER
SOPHIE.VOGGENBERGER@MM-KARTON.COM

VERFASSER
CHRISTINA HUBER
ELISABETH STOCKER
SOPHIE VOGGENBERGER

BILDNACHWEIS
MAYR-MELNHOF KARTON GMBH

WENN SIE UNFOLDED IN ZUKUNFT NICHT MEHR ERHALTEN WOLLEN,
WENDEN SIE SICH BITTE AN
MARKETING@MM-KARTON.COM