

RELEVANT und WANT präsentieren:

QUARTERLY

EIN HERZ FÜR DIE KREISLAUFWIRTSCHAFT

Etiketten sind mehr als Aufkleber. Sie sind auch ein Statement.

IM REICH DER MUTIGEN

Rundumbeleuchtung einer Verpackung durch einen Marketing-Profi.

NACKTE WAHRHEIT UNVERPACKT

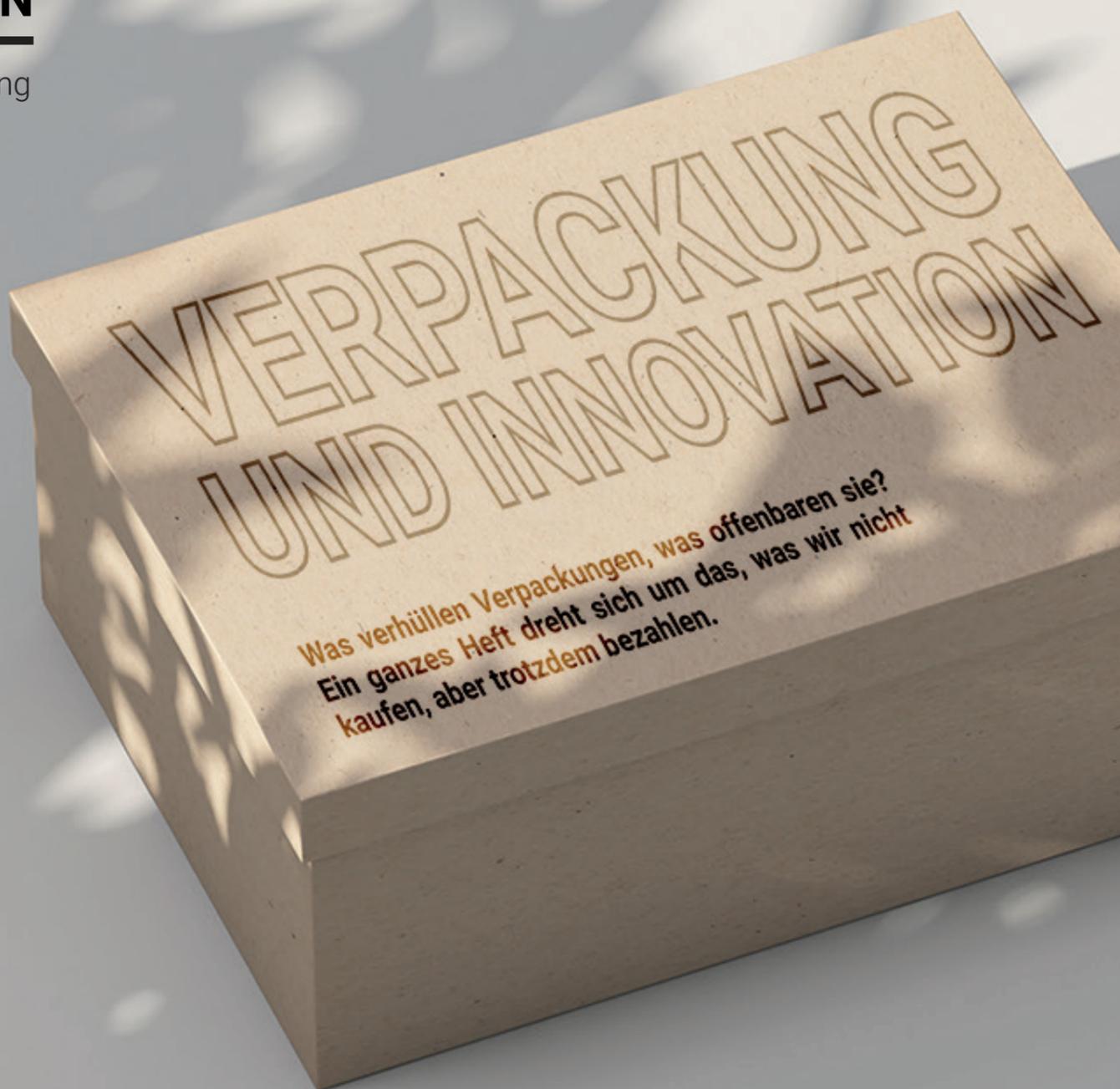
Was treibt Profis an?
Was zieht am Regal?

DIE LEBENSMITTEL- VERSICHERER

Anforderungen an Klima- und Naturschutz unter einen Hut bringen

Standpunkt

Aus Facebook wird Twix, sonst ändert sich nix.





WARUM EIN MAGAZIN?

Wer, wie wir, in der Kommunikationsbranche unterwegs ist, erlebt täglich, dass es längst nicht mehr darum geht, Botschaften allein unter die Leute zu bringen. Jeder möchte sich einbringen, diskutieren und seine Sicht auf die Dinge äußern können. Das ist das Wesen der digitalen Welt. Das ist vor allem aber das Wesen eines Diskurses. Mehrere Personen äußern sich zu einer Sache. Dieser Gedanke liegt QUARTERLY zugrunde. Wir möchten viermal im Jahr ein Magazin auflegen, das sich um ein zentrales Thema dreht und unterschiedliche Perspektiven, Meinungen und Ansichten zu diesem Thema in einem Heft zusammenführt. QUARTERLY ist also eine Plattform. Gedruckt und künftig auch digital. In QUARTERLY sollen Experten zu Wort kommen und zum Diskurs beitragen. Das wünschen wir uns von QUARTERLY, wie wir uns genauso von Ihnen wünschen, dass Sie sich mit Anregungen und Beiträgen am Entstehen und an der Entwicklung dieses Dialogmediums beteiligen. Wir möchten Sie ausdrücklich dazu ermuntern.

Die Weltpremiere von QUARTERLY, zu der Sie exklusiv von WANT eingeladen sind, befasst sich mit dem Schwerpunkt-Thema INNOVATION UND VERPACKUNG. Wir haben dazu einige Experten –

externe wie interne – um ihre Meinung gebeten. Wir haben uns im Markt umgesehen und innovative Unternehmen gefunden, für die Verpackung mehr ist als die Hülle für ein Produkt. Verpackung ist immer auch ein Statement. Ein Bekenntnis zu Nachhaltigkeit zum Beispiel. Kaum überraschend, dass wir uns in der ersten Ausgabe von QUARTERLY etwas intensiver mit der Frage befassen, welche Rolle Verpackungen in oder für eine grünere Welt einnehmen können.

Wir laden Sie ein, am Diskurs teilzunehmen. Lassen Sie sich inspirieren und freuen Sie sich auf – hoffentlich – spannende und unterhaltsame Blickwinkel auf eine der schönsten Seiten unseres Berufs.

Marcus Nowack, Bernhard Thelen
Herausgeber QUARTERLY

INHALTS- VERZEICHNIS

Impressum

Herausgeber und Verleger
 Marcus Nowack und Bernhard Thelen
 WANT – Werbe Agentur Nowack Thelen GmbH & Co. KG
 Eigelstein 80–88
 50668 Köln (Cologne, Germany)

Kontakt
 T +49 (0) 221.77 88 92.18 // F .19
 E-Mail: info@w-a-n-t.de
 www.w-a-n-t.de

Redaktion
 Ralf Zilligen
 Hoffeldstraße 33
 40235 Düsseldorf

Design
 Annika Koblitz und Verena Tapper
 WANT – Werbe Agentur Nowack Thelen GmbH & Co. KG
 Eigelstein 80–88
 50668 Köln (Cologne, Germany)

Redaktionelle Mitarbeit
 Zeliha Kabukcu
 WANT – Werbe Agentur Nowack Thelen GmbH & Co. KG
 Eigelstein 80–88
 50668 Köln (Cologne, Germany)

CCL Industries Corp.
 161 Worcester Road, Suite 603
 Framingham, MA 01701 U.S.A.

Follmann GmbH & Co. KG
 Heinrich-Follmann-Straße 1
 32423 Minden
 P: +49 571 9339-0
 F: +49 571 9339-300
 E: info@follmann.de

Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH
 Niedernholz 23
 33699 Bielefeld
 Tel.: +49 (0)521 2091 0
 E-Mail: info.mpe@mitsubishi-paper.com

Druck
 Boris Zimmerschied
 hand-pack
 Brunnenstraße 4
 56751 Gering

Copyright
 Soweit nicht anders vermerkt,
 bei der Redaktion.

Redaktionsschluss
 Mittwoch, 10. November 2021

Die Fotos in diesem Magazin sind von
 gettyimages.de,
 unsplash,
 CCL Industries Corp.,
 Upfield Deutschland GmbH,
 Follmann GmbH & Co. KG,
 Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH,
 WANT – Werbe Agentur Nowack Thelen GmbH & Co. KG

EIN HERZ FÜR DIE KREISLAUFWIRTSCHAFT S. 6

Die Nachhaltigkeit eines Produktes fängt schon bei seiner Verpackung an. Klar. Welche Rolle dabei aber das Etikett spielt, wird erst bei genauem Hinsehen deutlich. CCL Label hat uns einen Blick in seine Welt erlaubt. Dabei ergaben sich neue Erkenntnisse.

„MUT FÜHRT ZU IMPACT IM REGAL.“ S. 10

Wo genau fängt eigentlich Markenführung bei Konsumgütern an? Bei der Verpackung, findet QUARTERLY und hat einen langjährigen Marketing-Executive um eine konkrete Meinung gebeten. Unter seine Lupe nahm er das Packaging von FLORA.

FARBE BEKENNEN S. 16

Wer sich an Erfolge aus der Vergangenheit klammert, wird keinen Beitrag für die Zukunft leisten können. Sagen die einen. QUARTERLY hat zwei Unternehmen getroffen, die lange am Markt sind und trotzdem in ihrem Metier den Stein der Weisen gefunden haben.

DIE LEBENSMITTEL-VERSICHERER S. 20

Lange Zeit galten Getränkekartons als profanes und anfälliges Transportmittel für Flüssigkeiten. Dass dem im Jahr 2021 nicht mehr so ist und wie viel High-Tech inzwischen zu Papier gebracht wurde, bringt das QUARTERLY-Gespräch mit MITSUBISHI HITEC PAPER zu Tage.

NACKTE WAHRHEIT UNVERPACKT. S. 22

Packaging will nicht nur verpacken, sondern auch verführen. Die Frage ist also: wie viel Casanova steckt in einer Verpackung und wie leicht lassen sich mündige Menschen wirklich von etwas bezirzen, wenn sie völlig unromantisch mit dem Einkaufswagen unterwegs sind?

MEHR ALS NUR DRUMHERUM. S. 24

Jeder Mensch hat seine eigene Vorstellung davon, was eine gute Verpackung ausmacht. Eine professionelle Meinung haben Designer. Für sie ist nicht allein die Optik oder die Funktion entscheidend. Für Gestaltende sind Verpackungen Kommunikationsmittel für sämtliche Sinne.

STANDPUNKT S.26

Namensänderungen haben in der Welt der Marken eine Tradition. Insofern ist die Entscheidung Marc Zuckerbergs, seinen Social-Media-Konzern umzubenennen, weder besonders revolutionär noch allzu originell.

BUSINESS BAROMETER S.27

Wie sind die Aussichten für die Rolle der Verpackung in den nächsten Jahren?



EIN HERZ FÜR DIE KREISLAUF- WIRTSCHAFT

Tragen Etiketten eigentlich auch zur Recyclingfähigkeit einer Verpackung bei? Unbedingt! Es finden sich Etiketten auf fast allen Produkten, die wir täglich verwenden. Von der Milchflasche am Morgen über die Shampoo-Flasche im Bad bis hin zum Feierabendbier – jede Verpackung trägt ein Etikett, das wertvolle Informationen zu Inhaltsstoffen, zur Ernährung sowie Recyclingtipps enthält.





Auf den ersten Blick sind Etiketten nur ein kleiner Bestandteil von Verpackungen. Dabei tragen sie viel Verantwortung auf ihren Schultern: Denn ob eine Verpackung recycelt werden kann, das liegt maßgeblich auch am Etikett. Die Zukunft gehört deshalb sogenannten funktionellen Etiketten, die den Recyclingprozess unterstützen. Genau damit beschäftigt sich das Unternehmen CCL Label seit vielen Jahren. Mit rund 22.000 Mitarbeitern an 190 Standorten weltweit ist der Verpackungsmittelkonzern Markt- und Technologieführer und liefert einen Großteil der Etiketten, die sich etwa im Drogerie- oder Supermarkt wiederfinden. „Wir haben bereits früh damit begonnen, uns mit Verpackungsdesign und Recyclingfähigkeit zu beschäftigen und die entsprechenden Investitionen in unsere Infrastruktur und globalen Entwicklungsteams getätigt“, so Günther Birkner, Mitglied der Konzernleitung bei CCL. „Für unsere globalen Markenkunden gilt: Mit der Wahl des richtigen Etiketts ist der erste Schritt im Recycling getan.“ Ein besonderer Fokus liegt auf Etiketten für das weltweite PET-Recycling. Denn damit reine PET-Flocken aus den zurückgegebenen Plastikflaschen wiederverwertet werden können, muss sich das Etikett rückstandslos von der Flasche lösen. „Für ein effizientes Recycling sind Etiketten oder Sleeves aus Polyolefin-Material wie unsere EcoStretch-, EcoStream- und EcoFloat-Lösungen ideal, da sie aufgrund ihrer geringeren Dichte im Schwimm-/Sink-Verfahren der Sortierer und Recycler aufschwimmen“, sagt Marika Knorr, Head of Sustainability and Communication bei CCL Label. „Auf diese Art und Weise trennen sie sich sauber von den schwereren PET-Flocken, die auf den Boden des Waschbeckens sinken. Die sortenreine Trennung führt zur Gewinnung von qualitativ hochwertigen PET-Flocken, die wiederum zu neuen Flaschen verarbeitet werden können. Der Kreislauf wird geschlossen.“

Ein bisher einzigartiges Leuchtturmprojekt wurde im österreichischen Völkermarkt erprobt. CCL Label entwickelte hier als erstes Unternehmen ein



geschlossenes Kreislaufsystem für Mehrwegetiketten, das in Zukunft eine hundertprozentige Wiederverwertbarkeit von Stretch-Sleeves aus Polyethylen ermöglichen kann: Kunden bringen ihre leeren Mehrwegflaschen in den Supermarkt, wo sie gesammelt werden und wieder zum Abfüller zurückkommen. Der Abfüller entfernt bei diesen Retourenflaschen die Sleeves. CCL nimmt die abgelösten Sleeves zurück, entfernt die Druckfarbe, wäscht sie, schmilzt sie wieder ein und formt neue Pellets daraus. Aus diesem Substrat entstehen neue Folien für Stretch-Sleeves, die bis zu rund 98 Prozent aus dem ursprünglichen Material entstehen. Für dieses Projekt wurde CCL übrigens mit dem Deutschen Verpackungspreis ausgezeichnet. „Sleeve-Etiketten haben noch einen weiteren ökologischen Vorteil: Sie kommen ohne Klebstoffe aus“, so Marika Knorr. „Außerdem sind unsere Stretch-Sleeves sehr dünn, bedürfen also weniger Material, schonen Ressourcen und haben somit einen viel geringeren CO₂-Fußabdruck als vergleichbare Dekorationsmittel.“ Auf dem Weg in eine funktionierende Kreislaufwirtschaft, in der das Ziel nachhaltigen Konsums konsequent zu Ende gedacht wird, spielen Etiketten also eine wichtige Rolle. CCL unterstützt dieses wichtige Ziel durch die Entwicklung funktioneller Etiketten, die im Recycling ihre extra dafür konstruierten Eigenschaften ausspielen und bei der Erhöhung der Recyclingquote unterstützen können: Die Zukunft schwimmt obenauf!

Weitere Informationen unter www.ccllabel.com/

DEEP DIVE

Sie möchten die ganze
QUARTERLY-Ausgabe lesen?
Fordern Sie jetzt unter
<https://www.w-a-n-t.de/quarterly/>
Ihr persönliches Exemplar an.

