

GOERNER GROUP

Verpackungen im Lebensmitteldirektkontakt. In Zukunft ohne Plastik.

Die Goerner Group ist ein österreichisches Unternehmen mit Standorten in Klagenfurt und Lugoj (Rumänien) bestehend aus den Tochterfirmen Goerner Packaging (Faltschachteln), Goerner Formpack (Faserguss Formteile) und Goerner Bionics (Verpackungen nach dem Vorbild der Natur). Wir entwickeln und produzieren 100% nachhaltige Produkte für die Technische Industrie und die Lebensmittelindustrie.

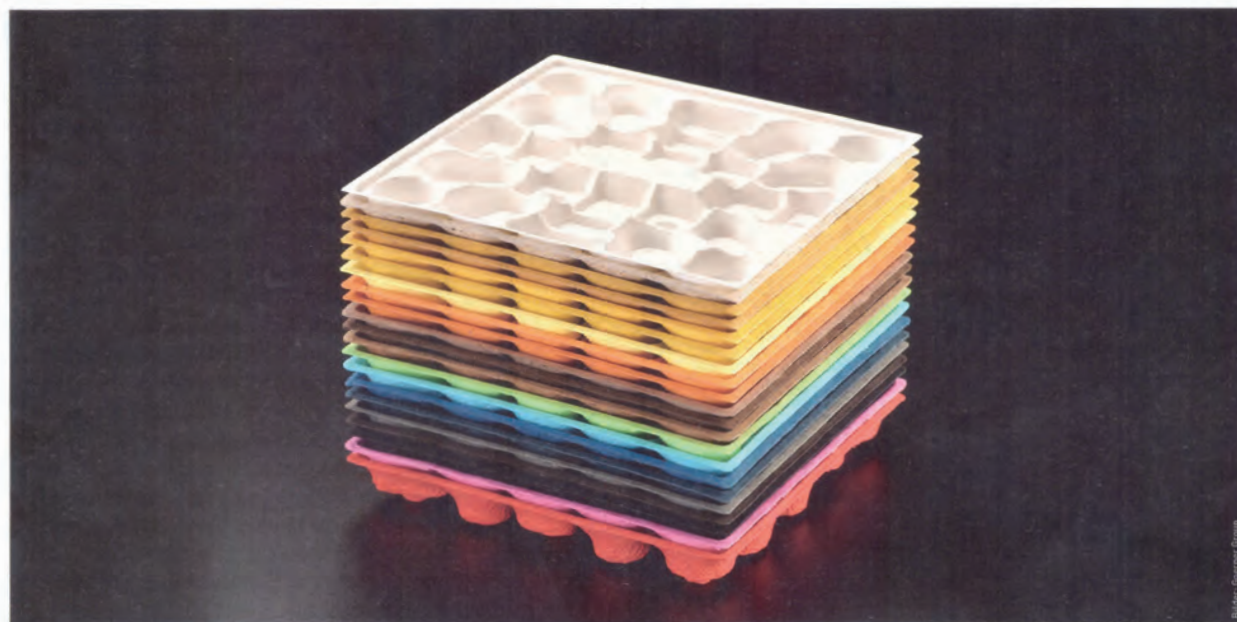
„Zu uns kommt, wer sich auf die Zukunft vorbereitet!“

GBfiber besteht rein aus Zellstofffasern, ist flexibel in Form und Farbgebung und wurde im ersten Schritt für die Süßwarenindustrie für trockene, fettende Lebensmittel entwickelt.

Die 100% recyclebare und industriell kompostierbare Verpackung erfüllt alle Anforderungen an eine intelligente und zukunftstaugliche wie nachhaltige Verpackung. Von der ISEGA-Zertifizierung für Lebensmitteldirektkontakt, positives Consumerverhalten in punkto Beschaffenheit und Optik, über den deutlich geringeren Entsorgungsaufwand bis zur größten Herausforderung – der Wirtschaftlichkeit. GBfiber ist industriell herstellbar und das bei absolut vergleichbaren Kosten für die Produktion von Kunststoff-Blistern.

Interview mit Elisabeth Goerner, Geschäftsführerin Goerner Packaging GmbH

„Schritt zwei kann ich erst gehen, wenn Schritt eins gesetzt ist!“



Erstmals stellt die Goerner Group auf der Fachpack aus. Für den Lebensmittelkontakt haben die Österreicher einen innovativen Faserstoff im Angebot, der Nachhaltigkeit und Kosten in Balance hält.

Die Goerner Group ist erstmals auf der Fachpack vertreten. Frau Goerner, was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

Elisabeth Goerner: Die Fachpack kennen und schätzen wir als treue Besucher. Für uns war klar, dass wir erst dann auf der Fachpack ausstellen werden, wenn wir etwas Innovatives zu zeigen haben, etwas, dass für einige Messebesucher von Interesse sein kann.

Sie sagen, dass Sie mit Ihrem neuen Produkt aus reiner Faser einen Beitrag dazu leisten können, Single-Use-Plastics zu annähernd vergleichbaren Kosten durch faserbasierte Materialien zu ersetzen. Wie schaffen Sie das?

Goerner: Wir haben in den vergangenen Jahren, auch oft schmerzhaft, lernen müssen, dass Nachhaltigkeit nicht teurer sein darf als das bisher eingesetzte single-use-plastics, um als echte Alternative von der abpackenden Industrie angenommen zu werden. Stellen Sie sich einen großen Trichter vor, in dem all die aktuellen Aufgabenstellungen, Kundenanforderungen und vorhandenen Technologien unserer Branche von uns aufgefangen wurden. Da kamen anfänglich auch einige nicht oder technisch nur schwer umsetzbare Produkte

heraus, der Fokus war aber immer auf nachwachsende Rohstoffe gerichtet. Aus diesen Projekten haben wir gelernt. Wie wir unsere eingesetzten Technologien und den Werkzeugbau weiterentwickeln. Wir haben aber auch gelernt, was den Kunden wichtig ist, was geht und was – noch – nicht geht. Dass unsere Produkte industriellen Maßstäben gerecht werden müssen, war für uns von Anfang an klar. Wir produzieren ausschließlich für Industriekunden aus der Automobilzulieferindustrie und der Lebensmittelindustrie, glauben Sie mir, wir haben viel gelernt in den Jahren und Jahrzehnten der Zusammenarbeit.

Sie erfüllen nach eigenen Angaben die Anforderungen der Lebensmittelindustrie. Sie arbeiten mit Zellstoff, Wasser und Farbe. Aber wie schaffen Sie es, die gewünschten Barriereigenschaften zu erzielen, wenn Sie keinerlei Beschichtungen auftragen?

Goerner: Ich muss konkretisieren: die entwickelten Produkte erfüllen die Anforderungen für den Lebensmittelkontakt für fetthaltige, trockene Lebensmittel wie Schokolade und Backwaren. Das ist ein eng gesteckter Produktrahmen, wenn Sie so wollen. Leider

weiß ich bis heute nicht, wie viel Kunststoff wir in Jahrestonnen in Europa damit ersetzen könnten, da fehlt mir der Überblick. Natürlich wurde anfänglich auch über Barrieren gesprochen. Aber es gab sehr konkrete Kunden Vorstellungen, und da kamen Barrieren aus verschiedenen Gründen nicht zum Zug. Ich denke, dadurch wir in unseren Projekten ohne Barrieren arbeiten mussten, hat uns gerade zu den Weiterentwicklungen geführt, die wir jetzt auf der Fachpack präsentieren werden. Das heißt aber nicht, dass wir mit Barrieren nichts am Hut haben, im Gegenteil. Das ist ein sehr spannendes Thema, umweltverträgliche und ökonomisch sinnvolle Barrieren für die Faser- gusstechnologie zu entwickeln. Und wir sind davon überzeugt: das ist erst der Anfang.

Die Goerner Gruppe ist ein geschätzter Partner in der Lebensmittelindustrie. Mit Ihren neuen Produkten legen Sie den Fokus besonders auf die Süßwarenindustrie. Was bieten Sie dieser Branche, was andere nicht können?

Goerner: Wir sehen bei den Anfragen, die uns erreichen, dass sich die Industriekunden erst umstellen müssen: es gibt nicht „die eine Alternative“ zu Kunststoff, der Stoff, der bisher fast alle Lebensmittel verpackt hat. Es wird nun unbequem, man muss nach Lösungen für bestimmte Anwendungsfälle suchen. Wir erheben nicht den Anspruch, für die Lebensmittelindustrie generell eine Verpackungslösung für alle Anforderungen entwickelt zu haben. Wir haben aber für bestimmte Anwendungsfälle ein nachhaltiges Produkt aus Zellstofffaser entwickelt. Dass die Produkte, die wir auf der Fachpack vorstellen, den oben angeführten Anforderungen entsprechen, hängt mit der zweijährigen Entwicklungsarbeit in zwei konkreten Kundenprojekten zusammen. Die Schwerpunkte der Entwicklungsarbeit waren vor allem im Bereich Werkzeugbau und Farbrezepturen angesiedelt. Und natürlich liefen die Projekte in enger Zusammenarbeit mit den Kunden und deren Analyselabors und Testverfahren.

Gibt es bereits konkrete Anfragen nach dem neuen Produkt? Können Sie bereits verraten von wem?

Goerner: Ja gibt es. Mehr kann ich dazu aber leider nicht sagen.

Nehmen wir an, ein großer Player der Süßwarenindustrie möchte mit Ihnen arbeiten – wären Sie in der Lage die gewünschten Volumen zu bedienen?

Goerner: Eine Produktion für die Lebensmittelindustrie ist gerade im Aufbau. Grundsätzlich halte ich fest, es sind nicht die Volu-

mina, die herausfordernd sind, sondern die hohe Individualisierung der unterschiedlichen Kundenprodukte in Farben und Formen.

Mit Goerner Bionics haben Sie einen Unternehmenszweig, der besonders den innovativen Produkten gewidmet ist. Können Sie uns ein paar Produkte nennen, die bereits zur Marktreife gebracht wurden und schon fest etabliert sind?

Goerner: Wir haben mit Nestlé zwei Verpackungen entwickelt für hochwertige Produkte, jeweils eine Kombination aus Präsentations- und Transportverpackung. Einmal ein reines Fasergußprodukt, einmal eine Kombination aus unseren beiden Herstellverfahren, der Faserguß- und der Faltschachtelproduktion. Und natürlich unsere GBfiber, einen Faserformteil für Lebensmitteldirektkontakt. Alle drei Produkte sind auf der Fachpack ausgestellt.

Stimmt es, dass Sie auf der Fachpack einen außergewöhnlichen Erstauftritt haben werden? Können Sie uns ein bisschen neugierig auf das machen, was wir dort zu sehen bekommen werden?

Goerner: Wir wollen mit unserem Messestand ein Statement zum Umweltschutz setzen. Zeigen, was uns seit vielen Jahren wichtig ist. Und drücken dies aus in einer Metapher, dem Meer. Wir treten an, um zu zeigen, dass wir mit unseren Produkten eine echte umweltgerechte Alternative bieten für fast alle abpackenden Industrien. Wir greifen dabei zu auf einen Rohstoff, der weithin bekannt und akzeptiert ist, den Zellstoff.

Dass Ihnen Nachhaltigkeit wichtig ist, spürt man mit jedem Satz, den Sie sprechen. Und Ihr Unternehmen handelt auch entsprechend. Erlauben Sie mir dennoch die Frage, ob das Ersetzen von Kunststoff durch Papier immer die beste Lösung ist?

Goerner: Ich maße es mir nicht an, zu sagen, was richtig und was falsch ist. Das muss jeder für sich entscheiden. Ich bin aber überzeugt, dass single-use-plastics schon lange nicht mehr sein müsste, wenn wir, und damit meine ich Sie und mich als Konsumenten, endlich unsere Komfortzone verlassen. Sie können mit mir auch keine prickelnde Diskussion führen über unseren CO₂-Fußabdruck und das von uns eingesetzte Rohmaterial, Zellstoff für die Lebensmittelindustrie oder Recyclingkarton für die technische Industrie, denn alles hat Potenzial, weiter entwickelt zu werden. Um mit unserem genialen Entwicklungsteam zu sprechen: Schritt zwei kann ich erst gehen, wenn Schritt eins gesetzt ist.

Internet: goerner-group.com

Wir sehen bei den Anfragen, die uns erreichen, dass sich die Industriekunden erst umstellen müssen: es gibt nicht „die eine Alternative“ zu Kunststoff, der Stoff, der bisher fast alle Lebensmittel verpackt hat.

Elisabeth Goerner, Geschäftsführerin, Goerner Packaging GmbH



Damit deutlich mehr wiederverwertet werden kann als heute, müssen die Markenindustrie und der Handel ihre Verpackungslösungen zügig so umstellen, dass ein Maximum davon vollständig recycelt werden kann. Viele FMCG-Riesen wollen das bis 2025 geschafft haben. Aldi Nord und Aldi Süd haben zudem vor, bei Verpackungen ihres Standardsortiments das Verhältnis des Materialgewichts zum Umsatz gegenüber 2015 um 30 Prozent zu senken. Hauptwettbewerber Lidl will bis 2025 den Kunststoffeinsatz um ein Fünftel reduzieren. Auch andere Händler treiben den Wandel zu mehr Nachhaltigkeit voran. Edeka feiert gerade zehn Jahre Kooperation mit dem World Wide Fund for Nature (WWF), Rewe testet den generellen Verzicht auf Folienverpackungen im Sortiment Bio-Obst und -Gemüse. Und dm-Drogeriemarkt lotet mit Top-Lieferanten aus, wie Verbraucher stärker für Themen wie Rezyklateinsatz und richtige Verpackungsentorgung sensibilisiert werden können.

Die Mondi Group kann flexibel auf diese Anforderungen reagieren, da sie entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Verpackungs- und Papierherstellung tätig ist – von der Bewirtschaftung von Wäldern über die Produktion von Zellstoff, Papier und Kunststofffolien bis hin zur Entwicklung und Herstellung von effizienten Industrie- und Konsumgüterverpackungen. Peter Oswald, CEO von Mondi Consumer Packaging, kennt das Dilemma, in dem sich seine Kunden befinden: „Die Entscheidung für eine bestimmte Verpackungslösung ist angesichts der Komplexität der Lieferketten und der vielfältigen Interpretationsmöglichkeiten des Begriffs der Nachhaltigkeit nicht immer offensichtlich.“

„Wann immer möglich aus Papier, wo sinnvoll aus Kunststoff“ – das ist der Leitsatz von Mondi, dem sich alle Maßnahmen bei der Verpackungsentwicklung unterordnen. Denn Papier hat einerseits den niedrigsten CO₂-Fußabdruck aller Verpackungsarten, ist sehr gut wiederverwertbar und weist bereits heute in Europa Recyclingraten von über 80 Prozent auf. Andererseits spielt Kunst-

„Müssten sich Hersteller an den Folgen ihrer umweltschädigenden Ex-und-Hopp-Geschäftsmodelle finanziell beteiligen, entstünden neue Anreize für abfallarme Alternativen.“

Michael Ebling,
Präsident, Verband der
Kommunalen Unternehmen



stoff bei flexiblen Verpackungen eine entscheidende Rolle, um wertvolle Produkte wie Lebensmittel davor zu schützen, verfrüht im Abfall zu landen, indem die Haltbarkeit verlängert wird. Die CO₂-Belastung bleibt dabei gering. Aufgrund seiner Barriere-Eigenschaften ist Kunststoff in vielen Bereichen unverzichtbar und – wenn er recycelt wird – auch nachhaltig.

Design for Recycling ist das Gebot der Stunde

Schon im Planungsstadium ist es daher wichtig, die Verpackung in Richtung Wiederverwertbarkeit zu denken. „Design für Recycling“ lautet das Gebot der Stunde. Dafür müssen folgende Fragen geklärt werden: Was ist die Endanwendung und welche Barrieren sind erforderlich, um die Haltbarkeit des Produkts zu schützen oder zu verlängern? Wie sieht die Logistik aus und wie kann sichergestellt werden, dass das Produkt so effizient wie möglich verpackt wird? Wie sind die Lagerbedingungen? Welche Zertifizierungen und Beschaffungen sind nötig, damit Kunden über eine nachhaltige Verpackung verfügen? Welche Sortier- und Recyclinginfrastruktur gibt es in den Ländern, in denen die Produkte hergestellt und verkauft werden?

„Verpackungsinnovation ist wichtiger denn je“, sagt Thorsten Plutta, Geschäftsführer der PRO-S-PACK Arbeitsgemeinschaft für Serviceverpackungen e.V., der die aktuellen Entwicklungen durchaus kritisch sieht: „Nachhaltigkeit ist ein Lifestyle-Thema. Einerseits möchte der Verbraucher etwas Gutes tun, gleichzeitig sich aber auch die Lust am Konsum nicht verderben lassen.“ Diesen Trend machten sich die Marketingabteilungen nur allzu gerne zunutze, um ihre Produkte als „grün“ zu positionieren.

Dr. Kurt Stark, Director Business Development und Sustainability bei Buergofol in Ingolstadt, hofft derweil, dass das unberechtigt schlechte Image der Kunststoffverpackung nicht von Dauer ist. „Aktuell ist der Verbraucher – bedingt durch die Diskussionen in Politik und Medien – der Meinung, dass etwa Papier besser als Plastik ist.“ Richtig sei zwar, dass mit Papier weniger Umweltverschmutzung einhergehe, weil es nach einiger Zeit verrottet. Der Kunststoff schneide aber in der Klimabilanz – also beim Energieverbrauch und beim Ausstoß von Kohlendioxid – viel besser ab. „Die Produktion eines Kilos Rindfleisch verursacht circa 13 Kilogramm CO₂-Ausstoß, während dieser bei der Verpackung nur 200 Gramm beträgt, was

weniger als ein Sechzigstel ist.“ Verdirbt das Fleisch aufgrund unzureichender Verpackung, hat man einen großen ökologischen Schaden angerichtet. Es gebe kein Besser und Schlechter, man müsse immer beide Seiten der Medaille betrachten. „Die Kunststoffverpackung wird weiterhin wachsen“, ist sich Stark sicher, sogar dann, wenn einige Lebensmittelhersteller ihre Maschinen auf Papier umrüsten würden. „Das ist jetzt gerade ein Hype! In zwei, drei Jahren wird man darüber kein Wort mehr verlieren und erkennen, dass es aus verschiedenen Gründen ohne Kunststoff einfach nicht geht.“

Barrierebeschichtete Papiere voll im Trend

Die Befürworter der Papierverpackungen setzen derweil auf leistungsfähige Barrierebeschichtungen, um besonders im feuchten Lebensmittelbereich eine Feuchtigkeitsbarriere herzustellen oder eine Gasmigration zu verhindern. Abhängig vom Einsatzgebiet des Produktes und von den funktionalen Anforderungen wird zur Schaffung einer solchen Barriere ein zusätzliches Substrat eingebracht, das fossilen oder biogenen Ursprungs sein kann. Solche Verbunde haben in der Regel einen prozentual sehr kleinen Beschichtungsanteil – oft ein Polymer – auf dem Karton und können recycelt werden. In Deutschland ist dieser Beschichtungsanteil nach Aussage des Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI) häufig unter 5 Prozent, womit diese Verpackungen über das Altpapier entsorgt werden können.

Eine Barrierebeschichtung kam für das neueste Produkt der Goerner Group indes nicht in Frage – und zwar auf ausdrücklichen Wunsch der Kunden, wie Geschäftsführerin Elisabeth Goerner erklärt. Zur FachPack präsentiert das Unternehmen aus Klagenfurt eine neuartige Verpackungslösung für fettende, trockene Lebensmittel wie Schokolade und Backwaren. Diese Verpackung basiert auf Zellstoff, Wasser und Farbe und hat den Anspruch, Single-Use-Plastics zu fast vergleichbaren Kosten durch

„Wir haben in den vergangenen Jahren, auch oft schmerzhaft, lernen müssen, dass Nachhaltigkeit nicht teurer sein darf als das bisher eingesetzte Single-Use-Plastics.“

Elisabeth Goerner,
Geschäftsführerin,
Goerner Group



faserbasierte Materialien zu ersetzen. „Wir haben in den vergangenen Jahren, auch oft schmerzhaft, lernen müssen, dass Nachhaltigkeit nicht teurer sein darf als das bisher eingesetzte Single-Use-Plastics, um als echte Alternative von der abpackenden Industrie angenommen zu werden“, beschreibt Goerner die Stolpersteine im Verlauf der Produktentwicklung. Sie war vor allem im Bereich Werkzeugbau und Farbgebung herausfordernd. Die Innovationsstärke wird im Unternehmenszweig Goerner Bionics gebündelt, dessen Produkte schon Marktreife erlangt haben: Zusammen mit Nestlé wurden in Klagenfurt zum Beispiel zwei Verpackungen entwickelt – jeweils eine Kombination aus Präsentations- und Transportverpackung. „Einmal ein reines Fasergussprodukt, einmal eine Kombination aus unseren beiden Herstellungsverfahren, der Faserguss- und der Faltschachtelproduktion“, berichtet Goerner.

Durch den öffentlichen Druck und die Einführung des Verpackungsgesetzes, das Inverkehrbringer zwingt, sich bei der zentralen Stelle Verpackungsregister registrieren zu lassen, setzt bei Händlern, Markenherstellern und der Verpackungsindustrie ein Umdenkprozess ein, der darauf abzielt, Verpackungen recyclingfreundlicher zu gestalten und den Einsatz

von Rezyklaten zu erhöhen. Durch standardisierte Laborprozesse ist es möglich, die Recyclingfähigkeit unterschiedlicher Verpackungen vergleichbar zu machen und Verbesserungspotenziale aufzuzeigen.

Ein Beispiel ist die Methode PTS-RH 021/97 zur Bewertung der Rezyklierbarkeit papierbasierter Verpackungsmaterialien. Hier werden die Zerfaserbarkeit und das Störstoffpotenzial für eine weitere Verwendung zur Papierherstellung überprüft. Nach Ansicht von Dr. Tiemo Arndt, Leiter Forschung & Transfer an der Papiertechnischen Stiftung, geht der Trend zu Hybridkombinationen, wie sie bei Fleischverpackungen zum Einsatz kommen. Diese bestehen aus einem Papierträger, auf den eine laminierte Kunststoffolie aufgebracht ist, die sich leicht ablösen lässt. Das Recycling passiert getrennt über das Altpapier für den Papierbestandteil und über den Kunststoffkreislauf für die Folienkaschierung. In der Umsetzung erfordert dies aber eine intensive Aufklärung der Verbraucher. Auch Arndt hat bei den Herstellern einen Sinneswandel registriert: „Die öffentliche Diskussion über Littering, Verschmutzung der Weltmeere und Mikroplastik bringt die Markenartikler dazu, all ihre Produkte auf den Prüfstand zu stellen.“

Autorin: Karen Gellrich