

Die hohe Quote der deutschen und internationalen Top-Fachleute aus insgesamt 168 Ländern sorgte für sehr zufriedene Gesichter bei den Ausstellern, die sich über vielversprechende Geschäftsanbahnungen und sogar konkrete Abschlüsse freuen konnten, nicht selten im siebenstelligen Bereich. Das Angebotsinteresse galt dabei allen Bereichen der interpack, wobei das Thema Packmittelpro-

duktion im Vergleich zur Vorveranstaltung einen deutlichen Aufmerksamkeitsprung machte. „Die interpack hat ihren Anspruch, alle drei Jahre die weltweit bedeutendste Veranstaltung und Innovationsplattform für die Branche zu sein, wieder eindrucksvoll unterstrichen. Durch das Konzept der neu geschaffenen globalen ‚interpack alliance‘ ist auch die interpack als deren Flaggschiff in den Wachstumsmärk-

ten im Ausland präserter geworden und zieht dadurch noch mehr Top-Fachleute nach Düsseldorf“, erklärt Hans Werner Reinhard, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf.

Umfrage zu globalen Markentrends bei Verpackungen

Eine vom interpack-Aussteller Jabil Packaging Solutions gesponserte Umfrage im Vorfeld der Messe

Überdimensional, international und zunehmend digital

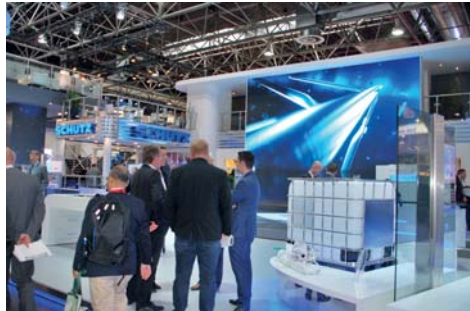
Die interpack als eine der weltweit größten und bedeutendsten Messen der Verpackungsbranche und der verwandten Prozessindustrie wartete in diesem Jahr mit einer Rekordbeteiligung von 2.865 ausstellenden Unternehmen auf. Während der Messetage vom 4. bis 10. Mai konnte die Veranstaltung erwartungsgemäß weitere Bestmarken hinzufügen: 74 Prozent der 170.500 Besucher kamen aus dem Ausland nach Düsseldorf – darunter drei Viertel Entscheider



wurde vom unabhängigen Forschungsinstitut Dimensional Research im April dieses Jahres durchgeführt. Ziel war die Ermittlung von Markentrends bei Verpackungen vor dem Hintergrund der vom Verkaufsregal auf den Online-Vertrieb erweiterten Realität im Einzelhandel. An der Umfrage hatten mehr als 200 für Verpackungsentscheidungen bei diversen Herstellern verantwortliche Fachleute teilgenommen, darunter vorwiegend leitende Manager und Entscheidungsträger aus mittelständischen bis großen US-Unternehmen in den Sparten Konsum- und Industriegüter, Lebensmittel und Getränke, Gesundheitsprodukte und Elektronik.

Der Umfrage zufolge sind viele Markenartikler dabei, ihr Geschäft neu auszurichten, um vom Wachstum des eCommerce zu profitieren, und sehen in der Neugestaltung von Verpackungen ein Kernelement ihrer Strategie. Immerhin 91 Prozent der Befragten betrachten den eCommerce-Vertrieb als wichtig für ihr Ertragsmodell, und annähernd 90 Prozent erwarten, dass dieser Vertriebsweg in den kommenden zwei Jahren weiter wachsen wird. Zwei Drittel der Teilnehmer halten Verbraucherfreundlichkeit für die mit klarem Abstand treibende Kraft bei Online-Einkäufen, an zweiter Stelle gefolgt von der Möglichkeit der problemlosen Nachbeschaffung. Die Befragten stimmen darin überein, dass neue Technologien wie RFID und das „Internet der Dinge“ (IoT) in den kommenden Jahren signifikante Verpackungsinnovationen im eCommerce vorantreiben werden, teilweise auch aufgrund der starken demografischen Zunahme von Online-Kunden. Die Umfrage ergab auch, dass die überwiegende Mehrzahl der Markenartikler eCommerce-Käufer für jünger und technisch versierter hält.

„Angesichts der zunehmenden Beliebtheit von eCommerce als bevorzugtem Weg für Verbraucher-



Trendthema der interpack an vielen Ständen war die fortschreitende Digitalisierung des Produktionsprozesses auf dem Weg zu Industrie 4.0-Anwendungen. Aber auch das Thema Nachhaltigkeit war omnipräsent. Die Unternehmen zeigten verbesserte Ressourceneffizienz, sowohl bei dem verwendeten Material mit immer dünneren Wandstärken als auch im Produktionsprozess.

einkäufe sind viele große Markenhersteller bestrebt, sich vor ihren Mitbewerbern zu positionieren“, sagt Erich Hoch, CEO von Jabil Packaging Solutions. „Die Umfrage zeigt eine Industrie im Wandel und spricht Bände über die Notwendigkeit eines ausgeprägteren Lieferantenprofils. Die mit dem eCommerce neudefinierte Markenerfahrung erfordert neue Modelle und Verpackungskompetenz, einschließlich optimierter Design- und Fertigungskonzepte sowie intelligenter und verbraucherfreundlicher Verpackungslösungen, die mehr Nachhaltigkeit bieten und digitale Technologieplattformen nutzen.“

Top-Trends Digitalisierung, Industrie 4.0 und Nachhaltigkeit

Folgerichtig war denn auch einer der Top-Trends der interpack an vielen Ständen das Thema der weiteren Digitalisierung des Produktionsprozesses auf dem Weg zu Industrie 4.0-Anwendungen. Eine in diesem Sinne vernetzte Produktion ermög-

licht es beispielsweise, personalisierte Verpackungen wirtschaftlich zu produzieren oder Rückverfolgbarkeit zu garantieren. Außerdem spielten modulares Design von Verpackungsmaschinen und Prozesslinien und optimierte digitale Bedienkonzepte eine große Rolle, um die Komplexität in der Produktion zu reduzieren und größtmögliche Flexibilität für Losgrößenänderungen oder Produktvarianten zu erreichen.

Um Komplexität bereits im Produktionsprozess von Maschinen und Anlagen sowie in der Schulung und dem Betrieb beherrschbarer zu machen, setzten einige Unternehmen auf Virtual Reality-Anwendungen, die eine Maschine oder Anlage ganzheitlich erlebbar machen. Das Thema Nachhaltigkeit bleibt auch zur interpack 2017 omnipräsent. Die Unternehmen zeigten verbesserte Ressourceneffizienz, sowohl bei dem verwendeten Material mit immer dünneren Wandstärken als auch im Produktionsprozess. Zudem gewinnen alternative Packstoffe an Boden.

SAVE FOOD Kongress und innovationparc

Sechs Jahre nach der Gründung von SAVE FOOD ist die Initiative zu einer breiten Allianz aus mehr als 850 internationalen Mitgliedern aus Industrie, Verbänden, Nicht-regierungsorganisationen und Forschungsreinrichtungen angewachsen. Meilenstein der Initiative ist der SAVE FOOD Kongress zur interpack, der in seiner dritten Ausgabe am 4. Mai von den Teilnehmern für seine breite thematische Ausrichtung sehr gelobt wurde. Er folgte einem multidimensionalen Ansatz, um das Thema Nahrungsmittelverluste und -verschwendung umfassend zu beleuchten. So nahmen mit Vytenis Andriukaitis, EU-Kommissar für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, und Gargi Kaul, Joint Secretary & Financial Adviser im indischen Ministerium für die nahrungsmittelverarbeitende Industrie, hochrangige Abgesandte aus



Premiere feierte bei Südpack unter anderem das neue Verpackungskonzept Multiclose: Das Konzept überzeugt durch seine vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten für das Marketing: Ober- und Unterfolie können im Druck frei gestaltet werden, die Verpackungsgeometrie so angepasst werden, dass das Produkt am POS heraussticht.



Ein wichtiges Thema auf der diesjährigen interpack war für Mondi die Markenwahrnehmung: Also Verpackung nicht nur als Teil der Lösung für den sicheren Transport zu sehen, sondern auch als Teil der Lösung für die Präsentation am Point of Sale.

der Politik genauso als Redner teil wie auch Wissenschaftler, engagierte NGO-Aktivistinnen und Vertreter der Industrie. Die Perspektive wechselte im Laufe des Kongresses und nahm globale Sichtweisen und nationale Details und Gegebenheiten in den Fokus – dieses Mal mit dem Schwerpunkt Indien. Die Welternährungsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) stellte Ergebnisse der durch die Initiative finanzierten Indien-Studie vor, die mit dem Ziel durchgeführt worden war, Mechanismen von Verlusten bei wichtigen Grundnahrungsmitteln zu erkennen und Ansatzpunkte für Lösungen zu finden. Im Rahmen des Kongresses unterzeichneten die SAVE FOOD-Partner Messe Düsseldorf und FAO zudem ein Memorandum of Understanding, um die Zusammenarbeit für die kommenden vier Jahre zu fixieren. „Es ist ein absolutes Markenzeichen der interpack, auf aufmerksamkeitsstarke Sonderthemen zu setzen. Wir freuen uns daher sehr, dass wir uns auch zukünftig mit unserem Partner, der FAO, und in Zusammenarbeit mit der Industrie und weiteren Unterstützern gegen Nahrungsmittelverluste und -ver-

schwendung engagieren können. Wir setzen uns so für eine gute Sache ein und kommunizieren das Potenzial der Verpackungsbranche und der verwandten Prozessindustrie in Bezug auf dieses Thema gleichermaßen“, erläutert Werner Matthias Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf.

Im Rahmen der interpack 2017 widmete sich die Sonderschau innovationparc ebenfalls dem Thema SAVE FOOD und zeigte ganz praktische Lösungsansätze zur Eindämmung von Nahrungsmittelverlusten und -verschwendung. Darunter auch die Finalisten und Gewinner der WorldStar Awards der World Packaging Organisation (WPO). Prämiert wurden beispielsweise Kunststoffbeutel für Obst, die durch eingebaute Reifegas-Absorber die Haltbarkeit enorm verlängern können.

Die kommende interpack findet in drei Jahren im Mai 2020 auf dem Düsseldorfer Messegelände statt, dann mit komplett neuem Eingang Süd und neuer Halle 1. Der genaue Termin wird zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben. ♦