

Hauptsache flexibel ...

Vom 29. September bis 1. Oktober 2015 findet in Nürnberg die FachPack 2015 statt. Drei Tage lang dreht sich alles um die Technik von heute und die Verpackungstrends von morgen. Knapp 37 000 Fachbesucher werden erwartet. Einen Vorgeschmack auf das Angebot der Aussteller finden Sie in unserer Messevorschau ab S. 1113.

WACHSENDE VIELFALT – Bleiben wir beim Thema Verpackungen. Die Technik reagiert auf das veränderte Konsumverhalten der Verbraucher: Kleinere Verpackungsgrößen in umweltschonender Verpackung mit größerer Funktionalität sind gefragt. Keine leichte Herausforderung, die Verpackungsmaschinen-Hersteller und Dienstleister meistern müssen. Flexibilität heißt die Lösung. Die Anlagen müssen mitunter auf kleinstem Raum („2,5 auf 2,5 Meter pure Funktionalität“, S. 1088), mit höchster Effizienz eine Vielzahl an Verpackungen verarbeiten können („Effiziente Verpackungstechnologie für steigende Ansprüche“, S. 1084; „Vielfältige Sorten, vielfältige Verpackungen“, S. 1092).



STEIGENDE KOMPLEXITÄT – Gleichzeitig wünscht sich der Kunde mehr Individualität, was zu neuen Designvarianten bei sinkenden Losgrößen führt. Auch hierfür gibt es Lösungen. Bei der Dosen-Gestaltung kann beispielsweise ein Online-Tool oder Beratung aus dem Design-Center helfen („Dose nach Maß“, S. 1102). Und im Interview mit *Peter Gabriel*, Unterschleißheim, haben wir die

aktuellen Trends mit Blick auf kleinteilige Verpackungen diskutiert (S. 1104).

FLEXIBEL BLEIBEN – Flexibilität könnte auch bei der Hopfengabe zukünftig gefragt sein. Die Hopfenernte ist in Deutschland deutlich kleiner ausgefallen, wie bei der Hopfenrundfahrt durch die Hallertau klar wurde. Nicht jede Sorte wird in der gewünschten Menge verfügbar sein (S. 1077). „Im Durchschnitt gut, aber heterogen“ ist dagegen das Fazit zur europäischen Braugerstenernte (S. 1078, S. 1080). Trotzdem ist es grundsätzlich kein Fehler, sich frühzeitig mit seinen Rohstoffen, der Sortenverfügbarkeit und ggf. der Suche nach Alternativen zu beschäftigen ...

WENIG BEKÖMMLICH – Ist „bekömmlich“ eine gesundheitsbezogene Angabe? Die Brauerei Härle, Leutkirch, und der Verband Sozialer Wettbewerbe, Berlin, haben verschiedene Sichtweisen. Nun hat das Landgericht Ravensburg entschieden: Mit „bekömmlich“ darf Bier nicht beworben werden (S. 1082). Angesichts dieser Diskussionen um die Wortbedeutung und den daraus folgenden starren Vorschriften muss man sich schon fragen, ob solche Regelungen zum Wohl der Menschheit maßgeblich beitragen oder ob nicht ein bisschen mehr Flexibilität ...

L. Winklermann