

Pure-Paks für die Drinks

Elopak produziert allein im Werk Speyer 2,2 Milliarden Getränkekartons pro Jahr



Kartons mit Giebel: Bewährte Verpackung für flüssige oder pastöse Lebensmittel.

Foto: Werk

Speyer. Wenn Dimitri Mirau einkaufen geht, greift er fast automatisch nach Milch oder Saft im Frischekarton: „Ich schau mir dann an, wie die Verpackung nach dem Abfüllen aussieht. Und ob alles so gut zur Geltung kommt, wie ich es mir in unserer Produktion vorgestellt habe.“

Tatsächlich ist die Wahrscheinlichkeit nicht gering, dass Mirau ein Produkt seiner Firma in die Hand nimmt: Er arbeitet als Maschinenführer bei Elopak in Speyer. Dort entstehen pro Maschine und Schicht mehr als 1 Million Verpackungen für flüssige oder pastöse Nahrungsmittel.

Giebel gegen Überschwappen

Elopak gehört zur FERD-Gruppe, einem norwegischen IndustrieKonzern, und hat weltweit 2011 rund 800 Millionen Euro Umsatz erzielt. Der



Augenmaß: Maschinenführer Dimitri Mirau überprüft einen Getränkekarton. Auch im Laden blickt er oft ganz genau hin.

Löwenanteil des Geschäfts wird in Europa gemacht.

Bekannt wurde das Unternehmen durch den klassischen Milchkarton mit dem Giebel, im Fachjargon Pure-Pak (sprich „Pjuurpäck“) genannt. „Der Giebel verhindert, dass Milch oder Saft beim Öffnen herausgeschwappen“, erklärt Elopak-Europa-Chef Stephen Naumann, der sein Büro

im Werk Speyer hat. Allein hier stellen rund 350 Mitarbeiter pro Jahr etwa 2,2 Milliarden Verpackungszuschnitte aus Verbundmaterialien her: Beschichteter Karton wird bedruckt, gestanzt und am Rand versiegelt. Dabei sind selbst aufwendige Designs auf der Verpackung kein Problem.

Auch sonst verbirgt sich in so einer Verpackung viel Know-how: Schließlich muss sie im Abfüllprozess auch bei rasendem Tempo reibungslos funktionieren. Und nicht zuletzt trotz steigender Rohstoffpreise für Papier, Kunststoff oder Aluminium kostenmäßig im Rahmen bleiben!

Am Preis für beispielsweise den Saft im Supermarkt macht



Stephen Naumann: „Der Handel gibt seinen Kostendruck an uns weiter.“



Angehender Medientechnologe: Noch ist Simon Dick in der Ausbildung, danach will er aber gerne auch mal ein ausländisches Elopak-Werk kennenlernen. „Man muss seine Chancen nutzen“, sagt er.



Am laufenden Band: Hier wird Verbundmaterial für Apfelsaftkartons in rasendem Tempo bedruckt.

Fotos: Scheffler (5)

der Anteil der Verpackung zwischen 13 und 15 Prozent aus. „Der Handel will die Preise für Milch und Saft günstig halten – also gibt er seinen Kostendruck an Zulieferer wie uns indirekt weiter“, betont Naumann. „Die steigenden Kosten für Rohstoffe und Energie aufzufangen, das geht dann nur durch mehr Produktivität und Effizienz – und damit letztlich durch mehr Einsatz der Beschäftigten.“

Einsatz in Werken der Kunden

Dabei sausen die Zuschnitte ohnehin schon rasend schnell durch die Maschinen in Speyer. Und alles muss reibungslos und hygienisch einwandfrei



Gelungener Ausdruck: Werkleiter Ralf Schlüter (links) mit Drucker Stefan Waizbauer.

Warnung ernst nehmen

Dreitagesfrist hat ihren Grund

Nach dem Öffnen kühl aufbewahren und „innerhalb von drei Tagen verbrauchen“: So oder ähnlich steht es auf vielen Getränkekartons und Saftflaschen. „Und daran sollte man sich auch halten“, rät Ralf Schlüter, Leiter des Elopak-Werks in Speyer. H-Milch zum Beispiel wird – im Ge-

satz zur frischen Milch – zwar nicht sauer. Aber durch das Öffnen der Verpackung können Bakterien ins Getränk gelangen. „Die Flüssigkeit kann dann schon nach vier Tagen verdorben sein, ohne dass man es beim Trinken schmeckt“, weiß Schlüter. Also: lieber an die Vorgabe halten.

ablaufen, bei gleichbleibender Qualität: „Da muss jeder hochkonzentriert bei der Sache sein – sonst gibt es später

beim Kunden an der Füllmaschine Probleme“, sagt Werkleiter Ralf Schlüter. „Und wir möchten als Systemlieferant ja wirklich ‚Rundum-sorglos-Pakete‘ liefern.“

Viele Kunden nutzen nämlich auch den Service, den Elopak bietet: von der Beratung und der Entwicklung einer geeigneten Verpackung bis hin zur Pflege und Wartung der Füllmaschinen. Bei einigen Abnehmern ist daher ständig ein Elopak-Mitarbeiter vor Ort, in einem Kundenbetrieb sogar ein komplettes kleines Elopak-Team. „In Zukunft werden diesen Service sicher noch mehr unserer großen Kunden nutzen“, meint Naumann.

Übrigens setzen längst nicht mehr nur die Molkerie und die Getränke-Hersteller auf den besonderen Karton: Auch Saucen und Speiseöl, sogar Müsli, Zucker, Reis oder Vogelfutter sind im Pure-Pak gut aufgehoben. Denn solche Packungen gibt es längst in allen möglichen Größen und Formen – vom kleinen Viertel-Liter-Karton mit Schraubverschluss bis hin zur wuchtigen Fünf-Liter-Box.
 Maja Becker-MoHR

Spezielles Know-how in drei Firmen

Hightech: Kartonverpackungen für Flüssiges

Papier und Flüssigkeit vertragen sich nicht. Doch warum funktioniert dann das Zusammenleben beim Getränkekarton? Das Geheimnis liegt in einem Materialverbund. Den größten Anteil daran hat Karton: Er sorgt für die Stabilität. Der Kunststoff Polyethylen (kurz „PE“) macht die Packung dicht. Und Aluminium verhindert, dass Licht und Sauerstoff das Füllgut beeinträchtigen.

Die entsprechenden Verbundverpackungen sind Hightech-Werkstoffe, das Ergebnis jahrzehntelanger Forschung und Entwick-

lung. Mit großem Abstand weltweit führend sind drei Unternehmen, die den kniffligen Material-Mix wirklich beherrschen und auch die passenden Abfüllmaschinen entwickeln: Elopak, Tetra Pak (ein Schweizer Konzern schwedischen Ursprungs) und die Schweizer Firma SIG Combiblock.

190 000 Tonnen Getränkekartons pro Jahr produzieren diese drei allein für den deutschen Markt. Nach Angabe des Branchenverbands FKN werden gut zwei Drittel des Materials recycelt. www.getraenkekarton.de