

# Ökologie und Nachhaltigkeit

Die wichtigen Themen Ökologie und Nachhaltigkeit werden einen großen Raum in der Brigl&Bergmeister (B&B)Präsentation auf der interpack einnehmen. Sei es das Thema CO2 Ausstoß (carbon footprint) oder biologische Abbaubarkeit sowie Hygienemaßstäbe, das sind die neuen Faktoren, an denen Verpackungsmaterialien heute gemessen werden. B&B hat seine Verantwortung dafür erkannt und zeigt auf der Messe, was seine Techniker und Technologen erreichen konnten.



Produktpräsentationen der Etiketten- und Flexiblen Verpackungspapiere werden ergänzt durch ökologische Schwerpunkte wie: Steigende CO2 Bindung durch höhere Waldbestände in der 15. Dramatische Senkung des CO2 Ausstoßes durch erneuerbare Energie Umwelt- und Hygieneerzierung schaffen Transparenz und Sicherheit. Für eine saubere Umwelt: biologisch abbaubare Verpackungs- und Etikettenpapiere müssen verkaufen, praktisch in der Anwendung sein, dort wo konsumiert wird die Leistung und Qualität des Produktes bestätigen und nach ihrem Gebrauch so weit wie möglich die Umwelt entlasten. Die von B&B vorgestellten Verpackungspapiere sind bestimmt für Zielgruppen: Nahrungsmittel und Getränke, Konsumgüter(Non-Food), Pharma und Kosmetik.

## VERPACKUNGSDESIGNER

Verpackungsdesigner müssen die umfassenden Anforderungen aus Marketing und der Umwelt für ihre Kreationen berücksichtigen. Für B&B hat sich die Zusammenarbeit mit Verpackungsdesignern als sehr nützlich dargestellt, da neben den technischen Anforderungen, die durch die Druck - Verpackungsanlagen gegeben sind, die Designaspekte in den Verpackungsmaterialien besser ihre Berücksichtigung finden konnten.

## KEIN VERPACKUNGSTREND OHNE MATERIALTREND.

Lifestyle Trends sind auch Materialtrends. Lohas (Lifestyle of Health and Sustainability) sind Menschen, die gerne das Leben genießen und dennoch - im Sinne des Umweltschutzes - ihren Teil dazu beitragen wollen, dass die Lebensgrundlagen für alle erhalten bleiben.

## NATÜRLICHKEIT

Produkte, die Gesundheit, Genuss, Lebensqualität, Ökologie und Nachhaltigkeit versprechen, sind längst erfolgreich. Verpackungen aus Papier kommen diesem Trend sehr entgegen. Werte unterliegen Veränderungsprozessen. Der Konsument von heute möchte Produkte kaufen, die seiner Wertewelt entsprechen. Gerade Eigenschaften

Wertewelt: Von der steigenden Präferenz zu den Lohas

was sie vor sich	was sie bevorzugen	was sie vor sich
Pflichterfüller	Bequemlichkeit	Lohnst
Kraft	Zeit	Erfahrung
Wissen	Genuss	Engagement
Flexibel	Wohlfühl	Freundschaft
Adressierbar	Wandlungsfähig	Spielbarkeit
Trick	Erne	Authentizität
Relaxen	Fun	Beständigkeit

Quelle: Bundesverband 2012



wie „Natürlichkeit, Authentizität“ können durch Verpackungen aus Papier zu großartigen Lösungen geführt werden. Der erste Kontakt mit einem Produkt erfolgt über die Verpackung, die ihrerseits durch das Material bereits ihre unverwechselbare Sprache verwendet. Die emotionale Anmutung, die Papieretiketten und Verpackungen wiedergeben, entsprechen den Wünschen und Anforderungen, die die neue Mitte der Konsumenten fordert. (siehe Grafik Zukunftsinstitut)

Die Interpack findet nur alle 3 Jahre statt. Diese Messe ist daher ein guter Barometer um die Trends herauszufinden, die die Verpackungsbranche gerade jetzt und in der nächsten Zeit am empfindlichsten berühren. An Hand von vielen Beispielen wird B&B auf der Messe zeigen, wie Papieretiketten und flexible Verpackungen dem neuen Lifestyletrend entgegen kommen. Auf der Interpack finden Sie Brigl&Bergmeister in der Halle 7.1 Stand B06. B&B als Sponsor der PDA (pan european brand design association), ist B&B ebenfalls präsent in der Halle 7a Stand B05 (nur ein Stockwerk unter dem B&B Stand).

Mehr auch unter [www.brigl-bergmeister.com](http://www.brigl-bergmeister.com)