

Pressemitteilung

Weidenhammers „Neuerfindung der Konserve“ im Handel: Müller's Hausmacher Wurst setzt auf PermaSafe

Hockenheim / Nürnberg, 29. September 2009 – Zur FachPack 2007 stellte Weidenhammer Plastic Packaging, die noch junge Kunststoffsparte der Weidenhammer Packaging Group, erstmals ihre Weltneuheit PermaSafe vor. Die innovative Kunststofflösung für sterilisierte und pasteurisierte Lebensmittel wird als „Neuerfindung der Konserve“ künftig klassischen Glas- und Weißblechverpackungen Konkurrenz machen und zugleich für mehr Gestaltungsspielraum in der Vermarktung von konservierten Lebensmitteln sorgen. Zur FachPack 2009 kommt nun das erste Produkt in PermaSafe in den Handel: Müller's Hausmacher Wurst vertreibt künftig seine Wurstspezialität „Heideverführung“ in einer PermaSafe-Verpackung. Mit diesem neuen Produkt will Müller's vor allem auch die jüngeren Kundengruppen für sich gewinnen. Die innovative Weidenhammer-Lösung ist dabei fester Bestandteil des Marketingkonzepts.

PermaSafe erschließt erstmals alle Vorteile von Kunststoffverpackungen für das Marktsegment konservierter Lebensmittel, das bis dato ausschließlich von Glas- und Weißblechverpackungen dominiert wird. Neben deutlich mehr Freiheit in Bezug auf Form und Design, bietet die Kunststofflösung PermaSafe vor allem dem Verbraucher ein höheres Maß an Convenience: PermaSafe-Verpackungen sind wiederverschließbar, mikrowellentauglich und außerdem ideal auch für portionsgerecht verpackte Lebensmittel. PermaSafe-Verpackungen sind zudem extrem leicht, beim Transport stapelbar und bieten so auch im Hinblick auf Logistik, Lagerung und Entsorgung wichtige Vorteile: Der Energieaufwand in der Produktion und beim Transport liegt unter dem von Glas- und Blechverpackungen. Die Verpackungen lassen sich leicht über den „Grünen Punkt“ entsorgen. Eine Trennung nach Einzelkomponenten entfällt.

Auslagerungstest belegen hervorragende Barriereigenschaften

Vor allem aber konservieren sie Lebensmittel genauso zuverlässig wie die Konkurrenz aus Glas und Weißblech: „Die Herausforderung in der Entwicklung der neuen Verpackung bestand insbesondere in der Sicherstellung der Barriereigenschaften sowie der Beibehaltung der Dekorationsbrillanz in Kombination mit dem Sterilisationsprozess“, erklärt Andreas Rothschink, Sales Director bei Weidenhammer Plastic Packaging. „Auslagerungstests haben mittlerweile die extrem hohe Gasdichtigkeit von PermaSafe und damit die Haltbarkeit der verpackten Lebensmittel bewiesen.“ PermaSafe garantiert damit eine Haltbarkeit der verpackten Lebensmittel von mindestens zwölf Monaten.

Argumente, die auch Müller's Hausmacher Wurst, Traditionsunternehmen mit Sitz in Ebstorf in der Lüneburger Heide, von PermaSafe überzeugten: „Unsere Auslagerungstests haben gezeigt, dass die neue Weidenhammer-Verpackung mit klassischen Konservenverpackungen aus Glas, wie wir sie hauptsächlich verwenden, voll mithalten kann“, erklärt Manuela Paul, Projekt- und Marketingleiterin bei Müller's Hausmacher Wurst. „Das war für uns die Voraussetzung, diese neue Verpackung auch wirklich zu nutzen.“ Der Kontakt zu Müller's Hausmacher Wurst kam bereits im Umfeld der letzten Interpack zustande. „Schon während der Messe erhielten wir erste Anfragen von potenziellen Kunden – darunter auch Müller's Hausmacher Wurst“, erinnert sich Rothschink. Bereits Mitte 2008 wurden konkretere Pläne für ein gemeinsames Entwicklungsprojekt gefasst. Weidenhammer übernahm in der Folge die Entwicklung des ersten PermaSafe-Prototyps für Müller's neues Produkt „Heideverführung“, eine Hausmacherwurst-Spezialität, die ab Mitte Oktober 2009 in zunächst drei Geschmacksvarianten („Chili“, „Hopfen & Malz“ und „Süßer Senf“) in den Handel kommen wird.

Völlig neue Möglichkeiten für das Marketing

Bei der „Müller's Heideverführung“-Verpackung handelt es sich um eine hochdekorierte PermaSafe-Kunststoffschale mit einem Fassungsvermögen von 150 Gramm. Die Verpackung verfügt über einen Easy-Peel-Verschluss mit wiederverschließbarem Deckel. „Mit ‚Heideverführung‘ gehen wir

teilweise neue Wege und sprechen insbesondere jüngere Käuferschichten an“, erklärt Frau Paul. „Dieser Zielgruppe sind Convenience und Produktqualität extrem wichtig. Die neuartige Verpackung – mit der wir als erste auf den Markt kommen – ist deshalb fester Bestandteil des Produkt- und Marketingkonzepts.“

Komplettlösung aus einer Hand

In der Entwicklung der „Heideverführung“-Verpackung arbeiteten Weidenhammer und Müller’s dabei eng zusammen: „Die Grundidee der Deckelform stammt vom Kunden“, so Rothschink. „Alle weiteren Entwicklungsschritte – von den ersten Prototypen bis hin zum endgültigen Design der Verpackung – haben wir daraufhin übernommen.“ Um eine hervorragende Dichtigkeit zu gewährleisten, wurde von Anfang an der Oldenburger Verpackungsmaschinenhersteller Sealpac einbezogen, der bereits die gesamte Entwicklung von PermaSafe unterstützt hatte. „Unsere Aufgabe bestand insbesondere in der Herstellung eines speziellen Siegelwerkzeugs zum Verschließen der Testverpackungen“, erklärt Jürgen Krause, Projektleiter bei Sealpac. „Dadurch waren wir in Lage über einen längeren Zeitraum die Produkte und deren Haltbarkeiten in der Praxis zu testen.“

Während des gesamten Entwicklungsprozesses bestand ein sehr reger Austausch mit dem Kunden Müller’s: „Bei Weidenhammer erhält der Kunde am Ende immer eine komplette, maßgeschneiderte Verpackungslösung aus einer Hand: auffällig, individuell, differenziert und convenient.“, so Rothschink. Optisch ist die „Heideverführung“-Verpackung ein echter Leckerbissen: Die Schale ist nur im oberen Bereich bedruckt und im unteren Bereich bietet die transparente Schalenwand den direkten Blick auf das Produkt selbst. Die gesamte Schale und der Deckel sind im hochwertigen Inmould-Labeling-Verfahren (IML) dekoriert – eine Spezialität der WPP. Die hohe Brillanz der IML-Verpackung bleibt auch während des eigentlichen Konservierungsprozesses erhalten. „Wie bei allen gängigen Konserven wird das Produkt erst direkt in der Verpackung sterilisiert – so auch bei PermaSafe. Wir liefern die fertige Verpackung, der Kunde befüllt sie und erst dann erfolgt der eigentliche

Sterilisationsprozess“, erklärt Rothschild. „Bei normalen Kunststoffverpackungen würde die Farbbrillanz unter einer so großen Hitzeeinwirkung leiden – nicht jedoch bei PermaSafe: Was Form, Größe und Zuschnitt betrifft, kann der Kunde praktisch aus dem Vollen schöpfen.“

Im Falle von Müller's „Heideverführung“ wurde so beispielsweise der Deckel der Verpackung in der charakteristischen Form des Müller's-Logo gestaltet – undenkbar bei einer Glas- oder Blechverpackung. Dieses charakteristische Design aber erleichtert künftig die Markenführung am Point-of-Sale: „Bei der „Heideverführungs“-Verpackung handelt es sich um eine gebrauchsfertige Verpackung mit einem extrem hohen Wiedererkennungswert“, so Frau Paul. „Die Verpackung ist dank des praktischen Deckels wiederverschließbar, so dass das Produkt während des gesamten Konsumierungsprozesses in der Verpackung bleiben kann. So aber bleibt auch unser Logo – in Form des Deckels – auf dem Verbrauchertisch durchweg präsent.“

Eine weitere Eigenschaft macht die PermaSafe-Verpackung zudem zum idealen Imageträger: Im Handel schlägt sie die Brücke zwischen Konserve und Frischeprodukt. In Design, Anmutung und Convenience erinnert die „Heideverführung“-Verpackung an Kunststoffverpackungen, die Kunden aus dem Kühlregal kennen. Als klassische Konservenverpackung ist sie im Handel jedoch nicht an das Kühlfach gebunden und beispielsweise auch für Werbeaktionen / Zweitplatzierungen geeignet, wie Frau Paul erklärt: „Die neue Verpackung ermöglicht es uns so insbesondere auch junge Käufergruppen anzusprechen, die sonst auf Frischeprodukte vergleichsweise festgelegt sind.“

Kurzportrait Weidenhammer Packaging Group

Die Weidenhammer Packaging Group (WPG) ist mit zwölf Produktionsstätten, rund 970 Mitarbeitern und einem geplanten Jahresumsatz von 190 Millionen Euro für 2009 weltweit einer der führenden Anbieter von stabilen, hochdekorierten und modernen Convenience-Verpackungen aus Karton und Kunststoff. Das 1955 in Hockenheim

gegründete, mittelständische Familienunternehmen ist europäischer Markt- und Technologieführer im Bereich Kombidosen und Kombitrommeln. Seit 2005 erweitert eine eigene Kunststoffsparte (Weidenhammer Plastic Packaging) das Angebot der Gruppe um hochwertige Kunststoffverpackungen im Spritzgussverfahren und Inmould-Labeling-Technik, vorzugsweise für gekühlte, tiefgekühlte und konservierte Lebensmittel. Zum Kundenkreis zählen internationale Markenartikler wie Unilever-Bestfoods, Nestlé, Procter & Gamble oder BAT. Mehr Informationen im Internet unter www.weidenhammer.de.

Pressekontakt

Communication Harmonists

Johannes Dürr

Poststraße 48, 69115 Heidelberg, Germany

Tel. +49 (0) 6221 905 74 20

Fax: +49 (0) 6221 905 74 11

johannes.duerr@commha.de

www.communicationharmonists.de