



Spannungsfeld Verpackung – Was Handel und Hersteller erwarten

Hilka Bergmann, Leiterin FB Verpackung, EHI Retail Institute, Köln



EHI Retail Institute e.V.

Forschung und Arbeitskreise

- Immobilien + Expansion
- Ladenplanung + Einrichtung
- Energiemanagement

- Inventurdifferenzen + Sicherheit
- Logistik
- Verpackung
- Marketing + PR

- Zahlungssysteme
- E-Commerce
- Informationstechnologie

EHI Retail Institute GmbH

Geschäftsbereiche:

Auftragsforschung

- Analysen / Gutachten
- Workshops

Konferenzen

- Fachtagungen
- Seminare
- Studienreisen

Beteiligung:



Verlag

- Studien + Specials

Fachmagazine

- rt-retail technology
- stores+shops

Messen

- EuroShop
- EuroCIS
- EHI-Sonderschauen

EHI Verwaltungsgesellschaft GmbH

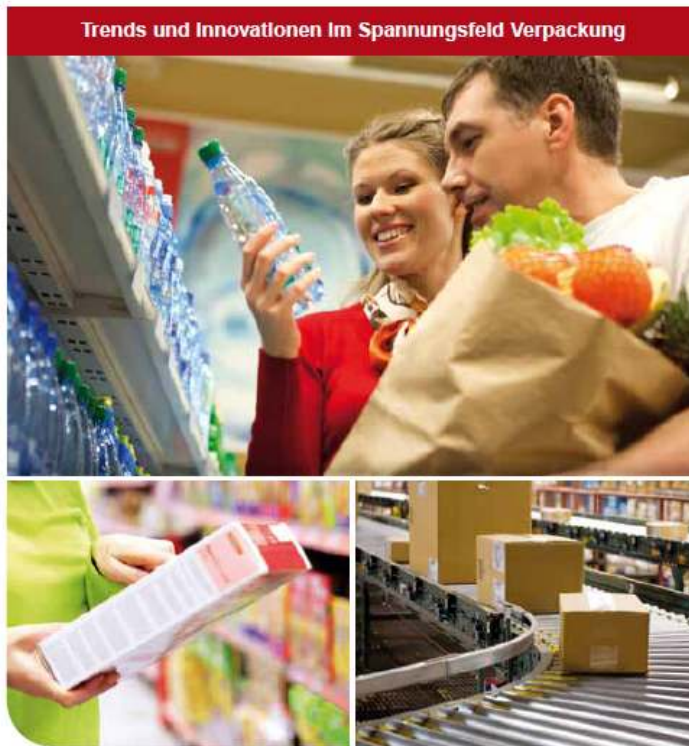
Beteiligungen:





4. Packaging Kongress
für Handel und
Konsumgüterindustrie

28./29. Juni 2011
Dorint An der Messe Köln



VERANSTALTUNGSPARTNER:



Pack 2012

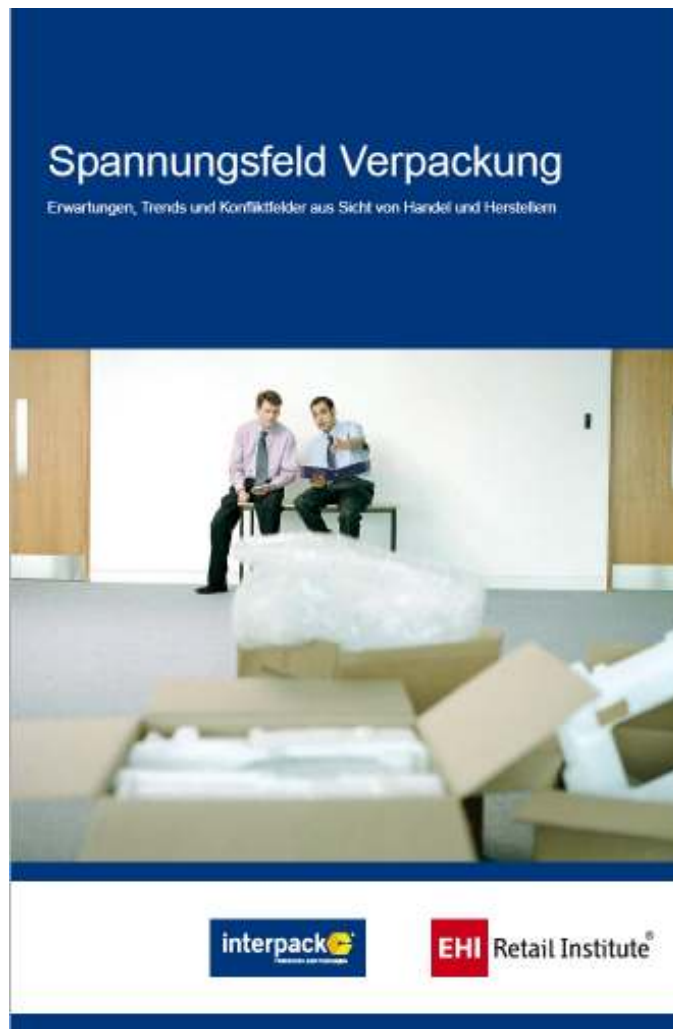


- ▶ Pack 2012:
26./ 27. Juni 2012 in Köln
- ▶ Anforderungen, Trends, Innovationen,
Spannungsfelder und Potenziale aus
Sicht von Handel und
Konsumgüterindustrie
- ▶ www.pack-kongress.de

Verpackung und Produktschutz

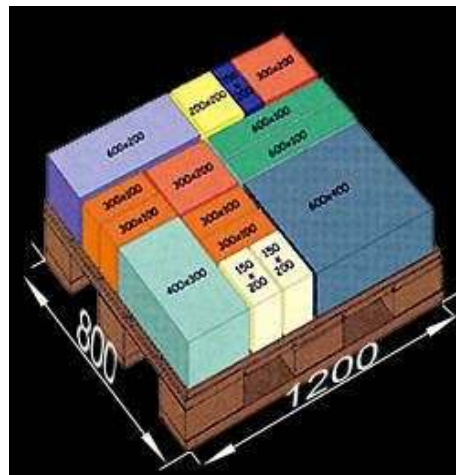
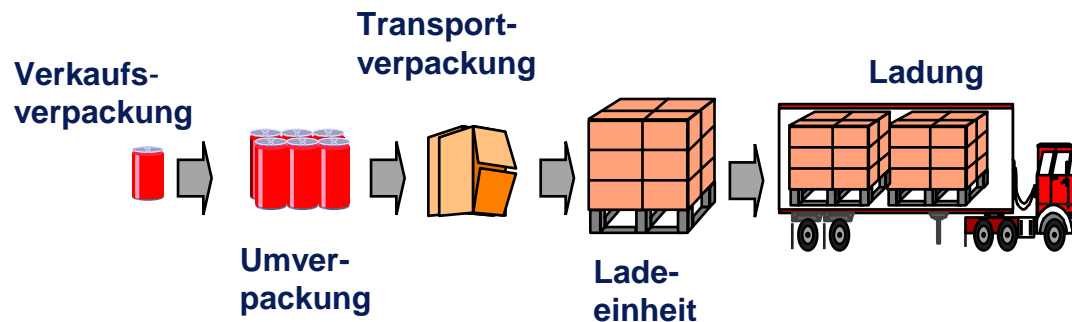
Anforderungen, Trends und Umsetzung
bei Handel und Konsumgüterindustrie





- ▶ Erwartungen und Trends aus Sicht von Handel und Herstellern

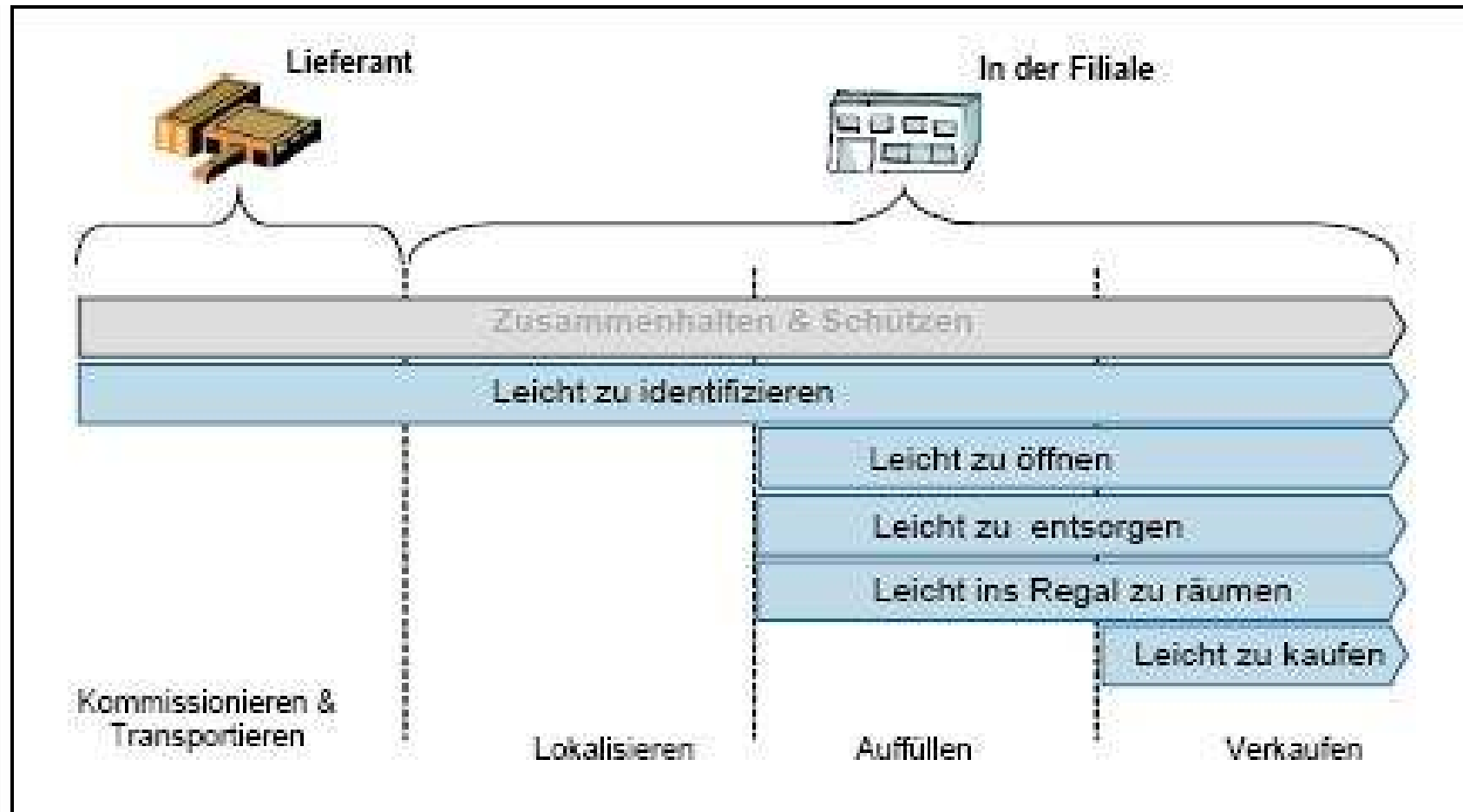
www.ehi.org



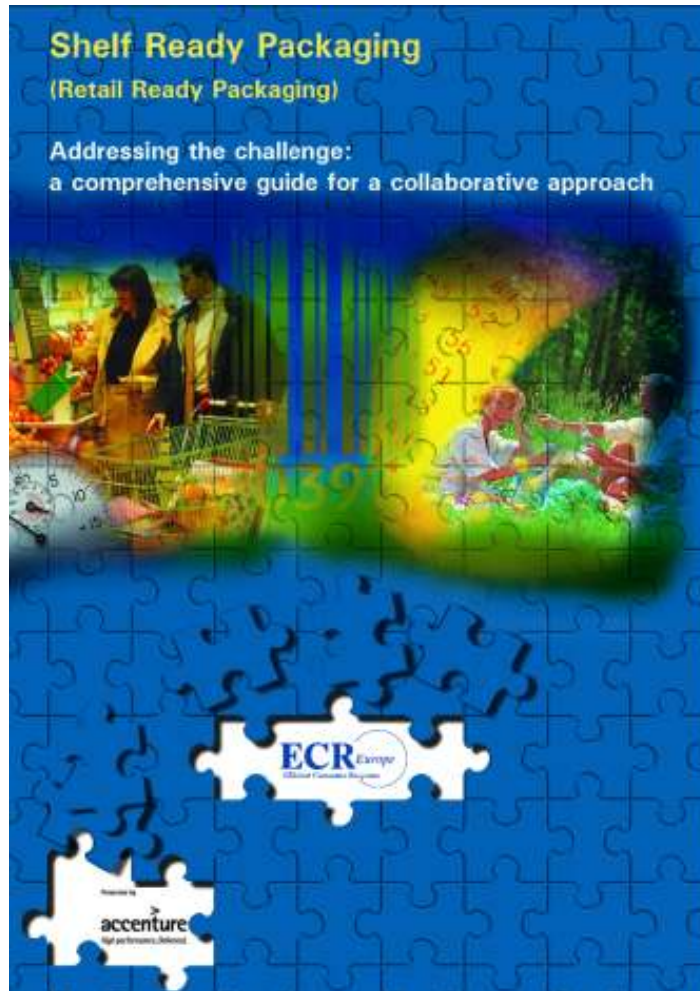
Modularität (ISO 3394)

- ▶ Transport- und Lagerfähigkeit
- ▶ Zusammenhalten und Schützen
- ▶ Stabilität und Stapelbarkeit
- ▶ Optimale Frachtraumauslastung durch Einhaltung der Modulmaße

Shelf Ready Packaging - Funktionale Anforderungen



Shelf Ready Packaging



- ▶ Blue Book von ECR Europe:

Europäische SRP-Empfehlung aus Sicht von Handel und Konsumgüterindustrie

- ▶ www.ecrnet.org

1. Leicht zu identifizieren



2. Leicht zu öffnen



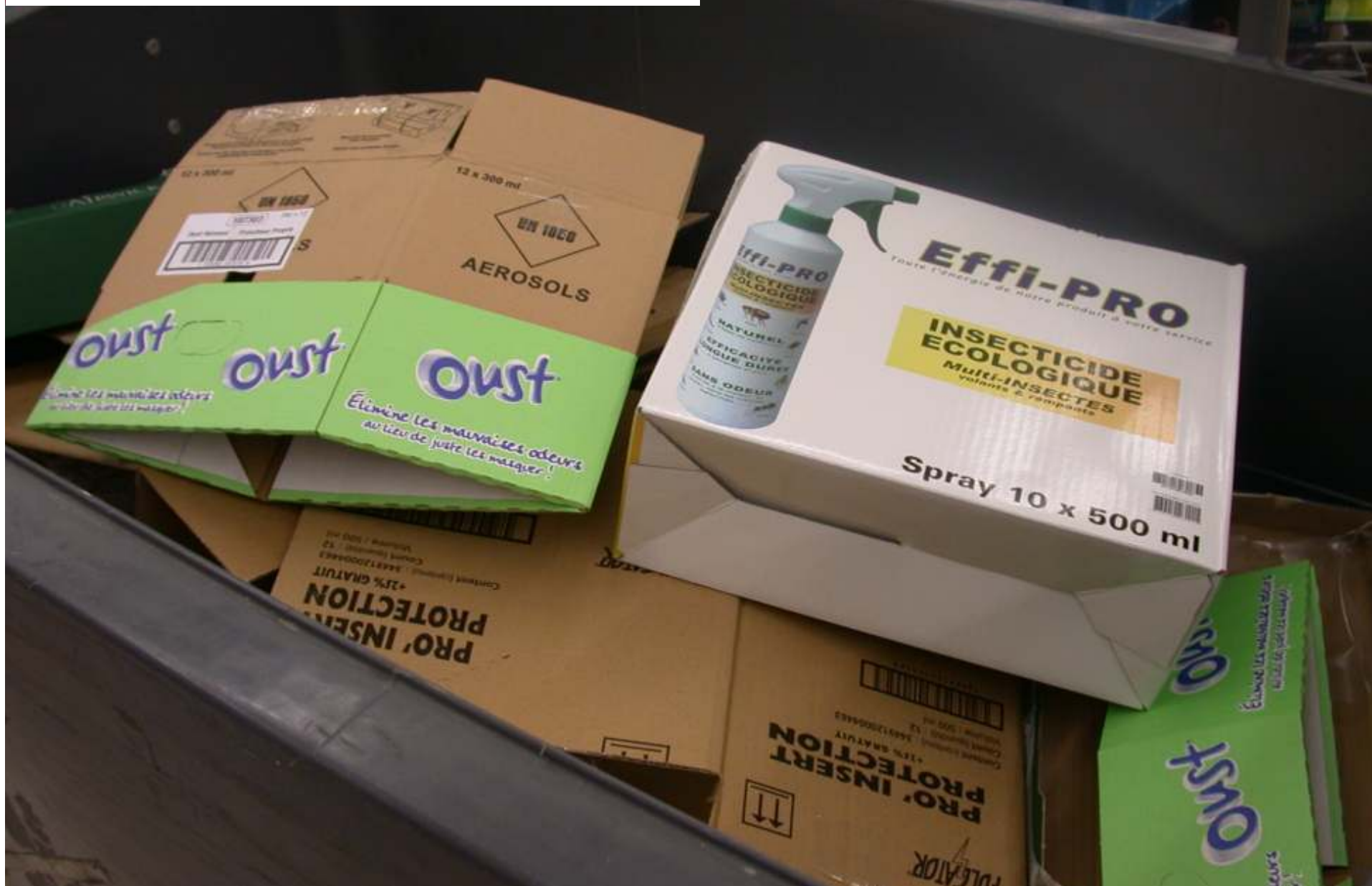
► Keine unsauberen Kanten – so nicht:



3. Leicht ins Regal zu räumen



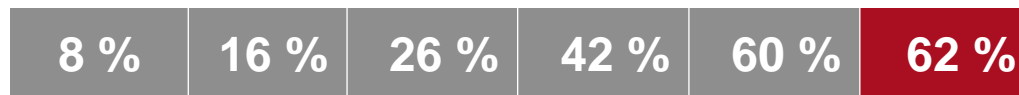
4. Leicht zu entsorgen



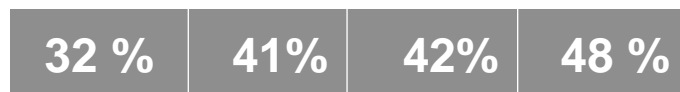
Starke Unterschiede innerhalb des deutschen Lebensmittel-Vollsortimentseinzelhandels

▶ Anteil von SRP in der Regalpräsentation

■ Stichprobe mit Supermärkten (1,150 qm – 1,700 qm)



■ Stichprobe mit Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern (3,650 qm – 9,675 qm)



▶ Durchschnittlich 37 % der Artikel in einer SRP

▶ Größe kein entscheidendes Kriterium

▶ Strategische Ausrichtung der Unternehmensführung entscheidend

Quelle: EHI Retail Institute (2007)

5. Leicht zu kaufen





6⁵⁰

5⁹⁰

5⁹⁰

4⁹⁰

4⁹⁰

5⁹⁰

2⁷⁰

2⁷⁰

2⁷⁰

2⁷⁰

1²⁵

1²⁵

1²⁵

1²⁵

1²⁵

1⁵⁰

1²⁵

1²⁵

1²⁵

1²⁵

1⁵⁰

1²⁵

1²⁵

1²⁵

1²⁵



1,⁹⁹

KINDER PINGUI 4ER PACK
120g

1,⁰⁹

Gravitations
107 y 031
www.kinder.com

**Welches Bonduelle Produkt
steckt hier hinter?**



MEHRCHEN EXTRA FEIN



MEHRCHEN EXTRA FEIN



- ▶ Unterschied zwischen SRP und Produktverpackung fast nicht erkennbar



Unzureichender Produktschutz durch zu niedrige Traysteghöhe



Quelle: Edeka Rhein-Ruhr

Schutzbedürftig in allen Belangen!



Schwächen der Transportverpackung verhindern das automatisierte Handling im Lager

Verklebungsschwächen auf Karton- und Trayebene



Quelle: Edeka Rhein-Ruhr

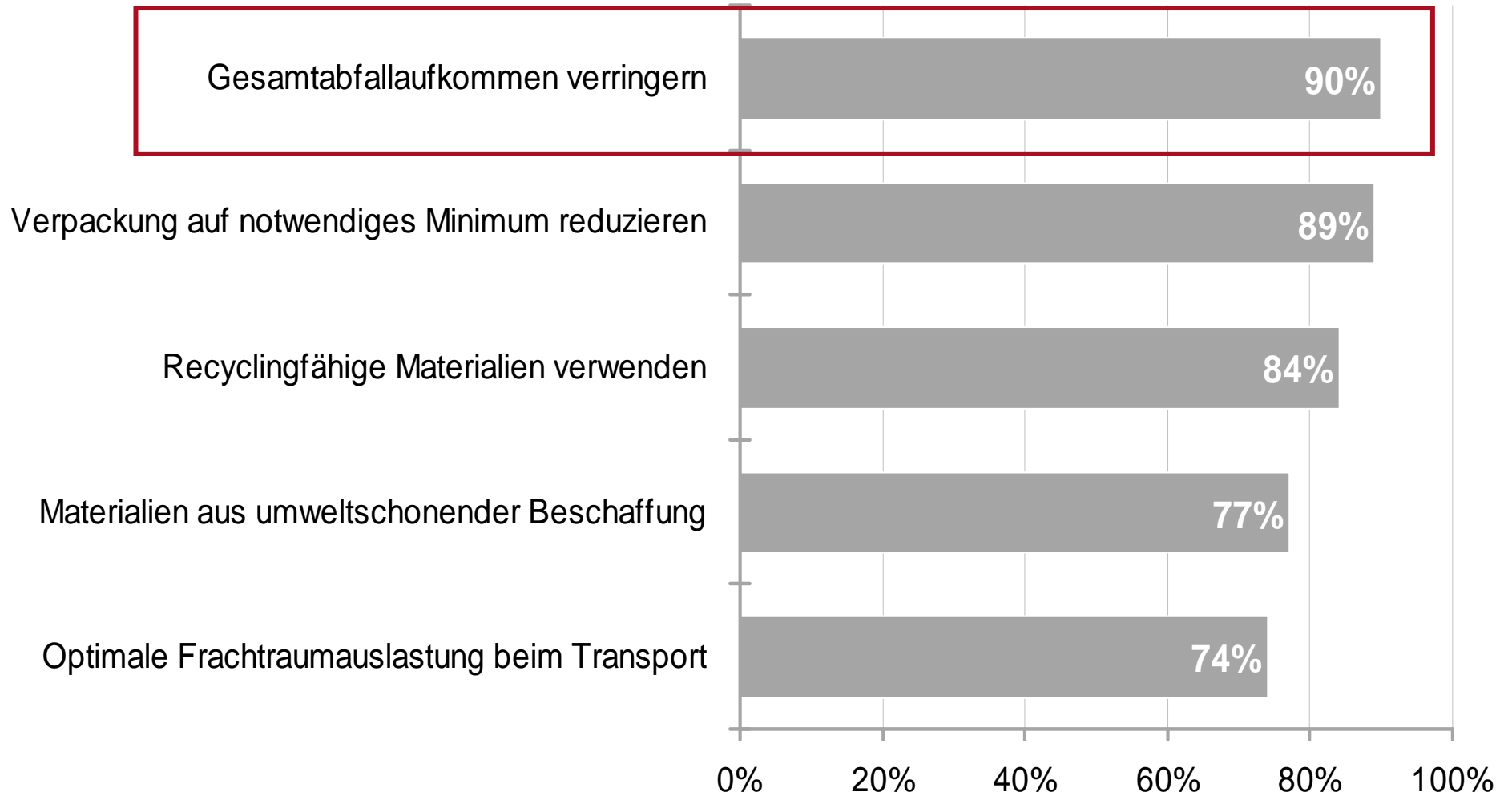
Ursachen für Bruch oder Beschädigung



	Handel	Konsumgüter-industrie
1.	schlechte Verklebungen	Einsparungen, Kostengründe
2.	zu geringe Materialstärken	zu geringe Materialstärken
3.	mangelnde Stabilität	mangelnde Stabilität
4.	Einsparungen, Kostengründe	unzureichende Ladungssicherung
5.	nicht optimal für Verwendungszweck	schlechte Verklebungen

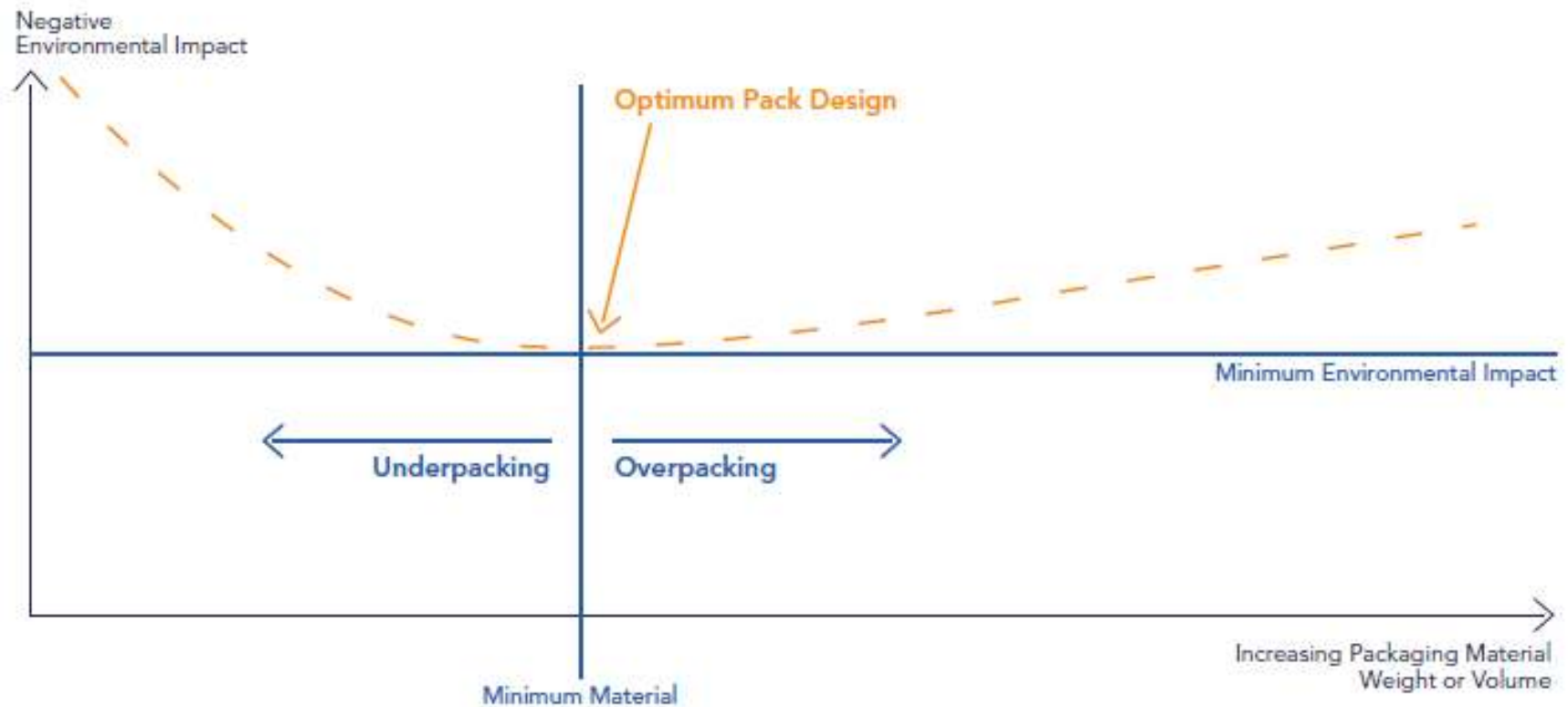
Quelle: EHI/GS1 Studie 2011 „Verpackung und Produktschutz“

Top 5 der Maßnahmen



Quelle: EHI-Studie 2009 „Nachhaltige Verpackungskonzepte im Handel“

Optimum Packaging



Quelle: ECR Europe; Europen: Packaging in the Sustainability Agenda: A Guide for Corporate Decision Makers; www.ecrnet.org

Packaging in the Sustainability Agenda

Leitfaden von ECR Europe und European



- ▶ A Guide for Corporate Decision Makers
(www.ecrnet.org)

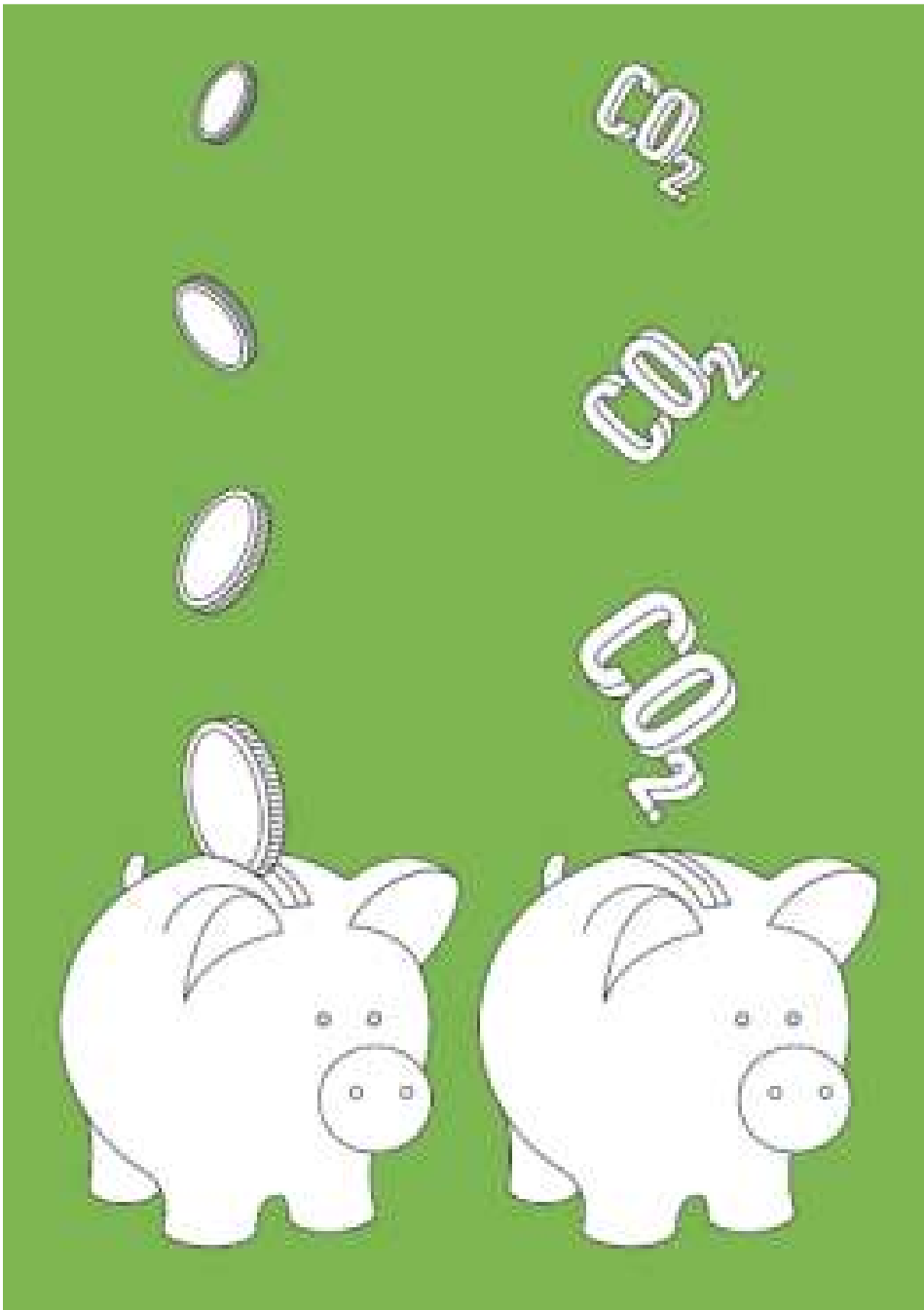


Bild: Metro, Nachhaltigkeitsbericht, 2007

PCF Pilotprojekt Deutschland

- Entscheidung gegen ein PCF Label



PCF Pilot Project Business Partners.

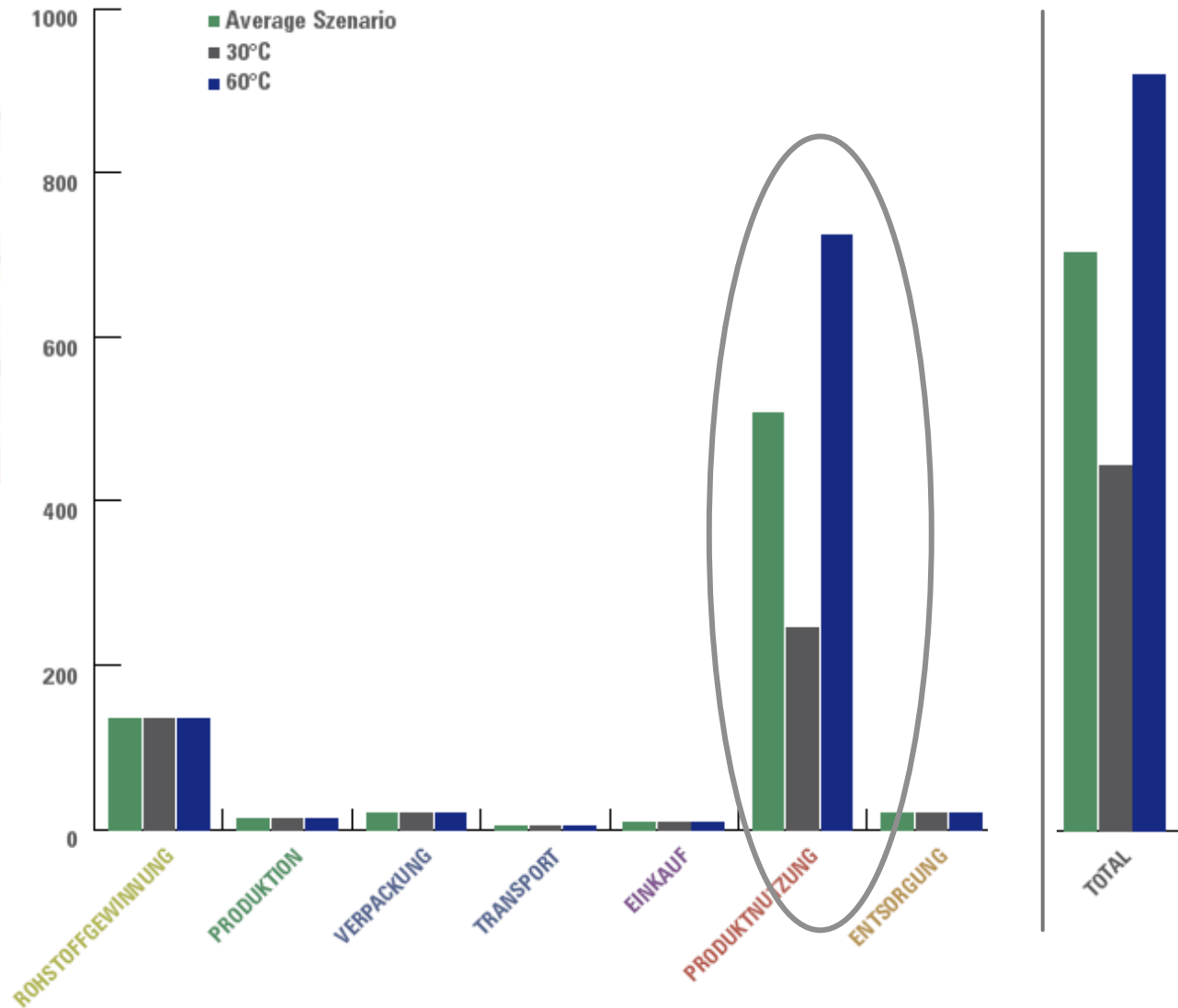


PCF Pilot Project Project Consortium.



Quelle: Thema 1

Ergebnis des PCF für Henkel: Nutzung des Konsumenten entscheidend!



Quelle: Henkel

- ▶ **Das neue Label für umwelt- und sozialverträglichen Konsum**
- ▶ kennzeichnet konventionell hergestellte Produkte, die die Umwelt und Gesellschaft während ihrer Herstellung, Verarbeitung oder Verwendung deutlich weniger belasten.



► Zielsetzung:

- Vereinheitlichung von Begriffen, Indikatoren und Kennzahlen
- Kommunikation entlang der Lieferkette verbessern
- Planungstool als Quick-Check Lösung



► Teilnehmer:

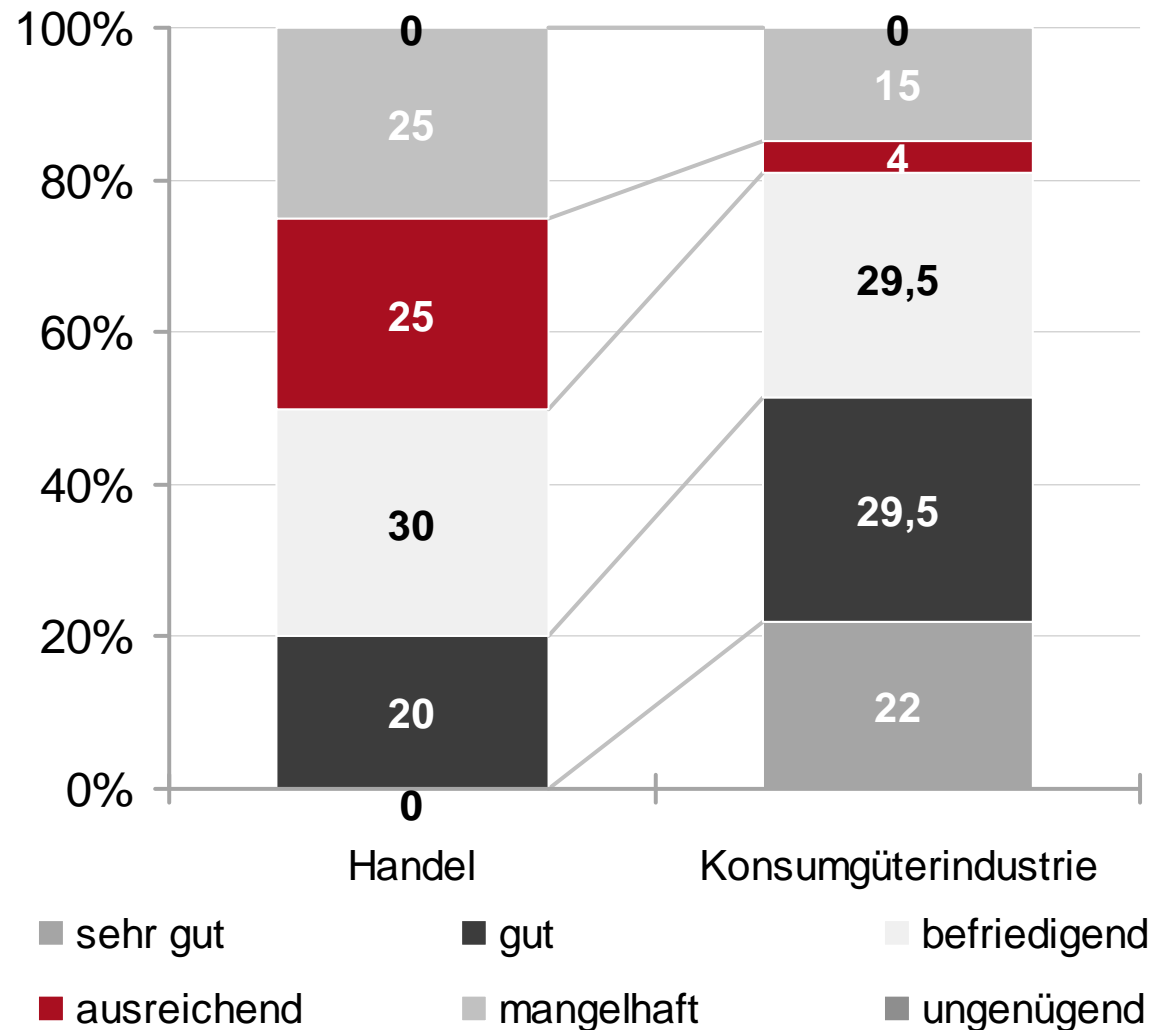
- METRO Group, Tesco, Carrefour, Ahold, WAL Mart u.v.m.
- Coca Cola, Reckitt Benckiser, Unilever, Henkel, Nestlé, P&G u.v.m.
- Crown, Alcan, Tetra Pak, Ball, Dupont, SCA, ECR u.v.m.

Quelle: Metro

- ▶ Bessere Kommunikation und Information entlang der Supply Chain in Bezug auf die Lebensmitteltauglichkeit von Verpackungen!!



Lebensmitteltauglichkeit von Verpackungen - Bewertung der Kommunikation der Vorstufe

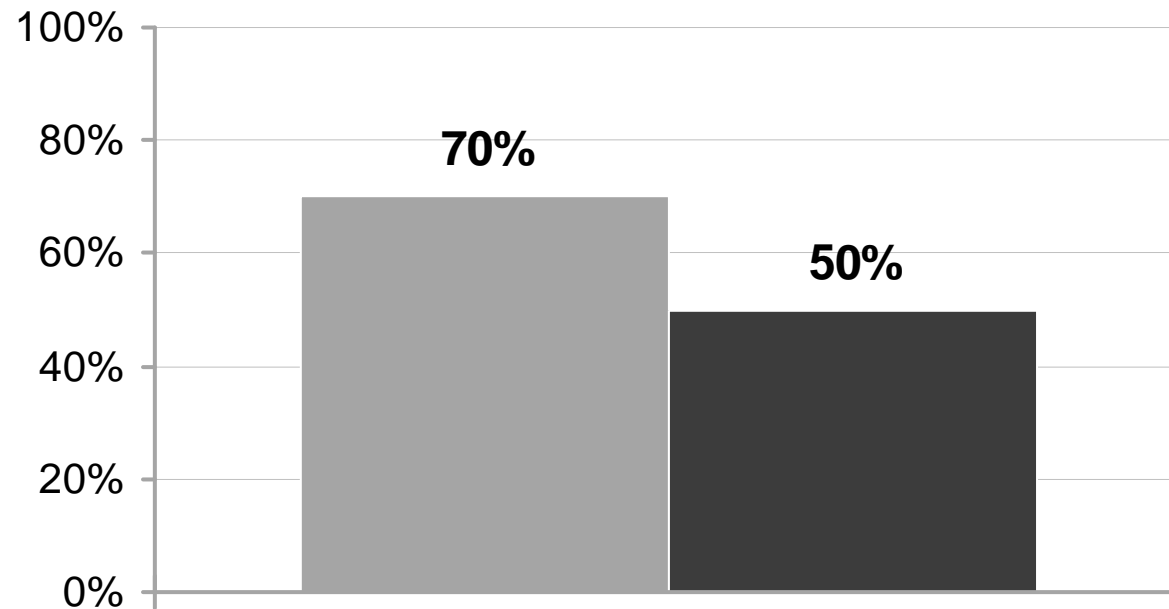


Durchschnittliche Bewertung der Kommunikation:

- ▶ Konsumgüterindustrie befriedigend
- ▶ Handel ausreichend
- ▶ Qualität der Kommunikation sehr unterschiedlich
- ▶ Informationen oft nur auf Anfrage

Quelle: EHI/GS1 Studie 2011 „Verpackung und Produktschutz“

Lebensmitteltauglichkeit von Verpackungen - Probleme bei Konformitätserklärungen



durchschnittlicher Anteil der
Konformitätserklärungen, der den
Anforderungen entspricht

■ Konsumgüterindustrie ■ Handel

**Konformitätserklärungen,
die den Anforderungen
entsprechen:**

Konsumgüterindustrie:
Durchschnitt: 70 %
Spanne: 0 % - 100 %

Handel:
Durchschnitt: 50 %
Spanne: 0 % - 90 %

Probleme aus Sicht der Händler

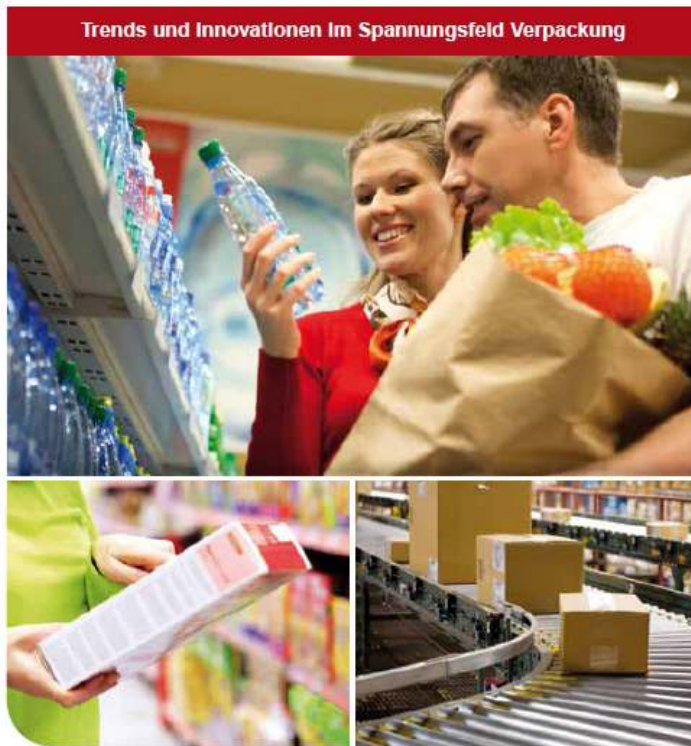
1. Testbedingungen nicht genannt
2. Stoffe nicht genannt, die getestet wurden
3. Angaben zur Konformitätsarbeit fehlen
4. Angemessene Informationen zu Substanzen fehlen
5. Konformitätserklärung gar nicht bzw. erst auf Anfrage
6. separate Erklärungen für verschiedene Stoffe oder Materialien und nicht eine für die gesamte Verpackungseinheit

- ▶ Unterschiedliche Spannungsfelder
- ▶ Mehr Kommunikation und verbesserter Informationsaustausch ist erforderlich
- ▶ EHI bietet Studien, Arbeitskreise and Konferenzen zum Informations- und Erfahrungsaustausch



**4. Packaging Kongress
für Handel und
Konsumgüterindustrie**

28./29. Juni 2011
Dorint An der Messe Köln



VERANSTALTUNGSPARTNER:



Pack 2012



- ▶ Pack 2012:
26./ 27. Juni 2012 in Köln
- ▶ Anforderungen, Trends, Innovationen,
Spannungsfelder und Potenziale aus
Sicht von Handel und
Konsumgüterindustrie
- ▶ www.pack-kongress.de

Vielen Dank!

Ich freue mich auf Ihre Fragen!

Referentin:

Hilka Bergmann
Leiterin FB Verpackung
EHI Retail Institute
Spichernstraße 55
50672 Köln
bergmann@ehi.org
+49 (0) 221 / 579 93 -871
www.ehi.org