



Story

31.Mai 2022

Mut zur Nachhaltigkeit

Der Hersteller von Tiefkühllebensmitteln FRoSTA, ist bekannt dafür, verantwortungsvolle und nachhaltige Lösungen auch bei starkem Gegenwind konsequent zu verfolgen. Was hat der Pionier als Nächstes vor?

Die Werbeikone Peter von FRoSTA, ist den meisten geläufig. Auch wenn es die Person nicht wirklich gibt, begreifen sich doch alle Mitarbeiter des TK-Spezialisten aus Bremerhaven ein bisschen als Peter. So auch Alexander Klein, Head of Packaging & Process Development. Als gelernter Milchtechnologe mit anschließendem Studium in der Lebensmitteltechnologie startete er seine Karriere bei FRoSTA zunächst in der Produktentwicklung. Danach wechselte er in die Verfahrenstechnik und Verpackungsentwicklung.

Seit letztem Jahr verantwortet Alexander Klein diesen Bereich und setzt die ehrgeizigen Visionen des Unternehmens weiter fort: „Nachhaltigkeit steht ganz oben bei unseren Verpackungsentwicklungen. Mein Vorgänger war ein Pionier im Bereich der Nachhaltigkeit und hat schon früh wichtige Schritte eingeleitet.“ Die Bemühungen der Verpackungsabteilung ergänzen dabei die Gesamtstrategie des Lebensmittelherstellers. Bereits 2003 hat sich FRoSTA mit dem Reinheitsgebot auf den steinigen Weg begeben, für seine Produkte ausschließlich natürliche Zutaten ohne Zusatzstoffe zu verwenden. Das gilt im Übrigen für solche, die dem Verbraucher nicht sofort ersichtlich wären wie Rieselhilfen im Salz. „Anfangs gaben uns die Absatzzahlen nicht wirklich recht, aber wir sind froh, dass wir die erste Phase durchgehalten haben und heute damit sehr erfolgreich sind“, resümiert Klein und ergänzt: „Es war damals der richtige Schritt, denn die Verbraucher sind inzwischen kritischer geworden und werfen durchaus einen Blick auf die Zutatenliste.“ Mit dem Reinheitsgebot für Inhaltsstoffe war schnell klar, dass der nächste logische Schritt auch die Verpackung mit einbeziehen muss.

**Veranstalter
Organizer**
NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 86 06-0
F +49 9 11 86 06-82 28
fachpack@nuernbergmesse.de
www.fachpack.de

**Vorsitzender des Aufsichtsrates
Chairman of the Supervisory Board**
Marcus König
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg
Lord Mayor of the City of Nuremberg

**Geschäftsführer
CEOs**
Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

**Registergericht
Registration Number**
HRB 761 Nürnberg

„Eine neue Verpackung muss immer auch Vorteile bei der Nachhaltigkeit bringen“

Schon 2008 hat FRoSTA an einem Pilotprojekt für die Ermittlung seines CO₂-Fußabdrucks teilgenommen und hatte erstmals konkrete Zahlen über die Klimaauswirkungen seiner Verpackungen zur Verfügung. „Das war ein großer Meilenstein und hat uns gezeigt, dass wir beim Thema Verpackung etwas ändern müssen“, erklärt der Leiter der Verpackungsabteilung. 2013 hat sich das Unternehmen deshalb entschieden, die Aluminiumtrays für seine Tiefkühlgerichte durch PET-beschichtete Schalen zu ersetzen. „Das Nachhaltigkeitsziel ist voll im Unternehmen verankert, und da lassen wir die Verpackung nicht aus. Wenn wir eine neue Verpackung herausbringen, muss das immer einen positiven Impact haben – nicht nur für den Verbraucher, sondern auch von der CO₂-Bilanz her“, so Klein. Und wenn es die passende Lösung nicht gibt, stecken die Entwickler die Köpfe zusammen. Dann heißt es probieren, bis ein bestimmtes Material den hohen Ansprüchen an Lebensmittelsicherheit und Maschinengängigkeit gerecht wird.

Austausch über die gesamte Wertschöpfungskette

2016 ging daraus der erste Monofolien-Beutel im TK-Markt hervor. Im Gegensatz zu den üblichen Verbundfolien ist das Recycling einfacher. „Es gab einige Hürden zu überwinden“, erinnert sich Klein. „So war zum Beispiel die Siegelfähigkeit eine große Herausforderung, die mit viel Gehirnschmalz gelöst wurde, ohne dabei die gute Haptik in Mitleidenschaft zu ziehen.“

Die Entwicklung lief in enger Abstimmung mit den Folienlieferanten ab. „Ohne die geht es einfach nicht“, betont der Verpackungsexperte. Deshalb hält er auch immer die Augen für neue und nachhaltigere Lösungen offen. Eine Informationsquelle ist für Klein beispielsweise die FACHPACK in Nürnberg: „Dort trifft man alle wichtigen Hersteller und kann sich auf fruchtbaren Austausch freuen. Ich kann mir dort auch andere Meinungen einholen und bleibe auf dem Laufenden. Außerdem ist Nürnberg leicht zu erreichen und man kann dort gut mit der Bahn hinreisen – was unter dem Aspekt des CO₂-Fußabdrucks auch ein positives Argument ist.“

Der Wandel geht weiter

Dass eine Kreislaufwirtschaft nur funktionieren kann, wenn Zulieferer, Hersteller und Recycler miteinander sprechen, war für FRoSTA von Anfang an klar: „Wir haben uns intensiv mit dem dualen System auseinandergesetzt, um in Erfahrung zu bringen, welches Material in den Recyclinganlagen am besten aussortiert und wiederverwendet werden kann.“ Daher ist der Beutel sehr weiß gehalten - denn je heller das Grundmaterial, desto besser kann



**27.-29.9.2022
NÜRNBERG**

die Verpackung in den Recyclinganlagen erkannt und aussortiert werden. Außerdem lässt sich helleres Granulat auch wieder besser für neue Verpackungen einsetzen, wie Alexander Klein erklärt. „Das Design war damals nicht so modern und deshalb ein gewagter Schritt“.

„Transition in Packaging“, wie das diesjährige Motto der FACHPACK lautet, bedeutet für FRoSTA aber, nicht bei einer Lösung stehen zu bleiben und sich auf dem Erfolg auszuruhen. Wo es mit Blick auf Nachhaltigkeit und den CO₂-Fußabdruck sinnvoll ist, werden die Kunststoffbeutel nun durch Papiermaterial ersetzt. „Die Entwicklung unserer Papierbeutel war nicht einfach. Denn unsere Verpackungsanlagen sind auf Kunststofffolien ausgelegt. Hier auf Papier umzustellen hat viele Versuche erfordert“, erläutert Klein die Herausforderungen.

Wie der Abteilungsleiter erklärt, ist das übergeordnete Ziel, dass die Verpackungen keinen negativen Einfluss auf die Umwelt haben. „Das könnten langfristig auch bioabbaubare Materialien sein, die sich besser in Kompostieranlagen abbauen, als das heute der Fall ist“, sagt Klein. Wenig ideal wäre für ihn aber eine Lösung, die als Rohstoff keinem Kreislauf hinzugefügt werden kann.

Dass der mittelständische Hersteller mit seinem Ehrgeiz bei der Entwicklung verantwortungsvoller Produkte gut bei den Verbrauchern ankommt, sieht Alexander Klein an den durchweg positiven Rückmeldungen. „Das gibt mir auch Mut, in diese Richtung weiter zu gehen“, meint Klein. „Ein Käufer hat zum Beispiel einmal aus einer unserer Faltschachtelprodukte eine Postkarte gebastelt und uns mit einer netten Nachricht geschickt: So kann Wiederverwertung auch gehen.“

Ansprechpartner für Presse und Medien

Katja Feeß, Christina Freund

T +49 9 11 86 06-83 55

christina.freund@nuernbergmesse.de

Alle Presstexte sowie weiterführende Infos, Fachartikel, Fotos und Videos im Newsroom unter: **www.fachpack.de/news**

Weitere Services für Journalisten und Medienvertreter unter: **www.fachpack.de/presse**