
Thema: Erfolgreiche Zusammenarbeit: Carlsberg, DS Smith und KHS bringen nachhaltiges Multipack mit abgerundeten Ecken auf den Markt

Zeichen: circa 9.000 (mit Leerzeichen, ohne Boiler-Plate)

Titel

Runde Sache

Untertitel

Carlsberg realisiert gemeinsam mit DS Smith und KHS nachhaltige Kartonverpackung mit abgerundeten Ecken

Teaser

Mit vereinten Kräften entsteht eine echte Verpackungsinnovation: Carlsberg bringt gemeinsam mit DS Smith und KHS sowie basierend auf der patentierten Arcwise®-Technologie von SCA ein aufmerksamkeitsstarkes Multipack mit abgerundeten Ecken auf den Markt – zunächst in Polen. Weitere Projekte sind in Planung.

Haupttext

Wenn bei Carlsberg über Verpackungsinnovationen nachgedacht wird, steht der Verbraucher im Mittelpunkt. Packaging Innovation Director Marine Andre bringt das klar auf den Punkt: „Die Consumer Experience hat für uns absolute Priorität. Schließlich haben wir im Handel nicht mal zwei Sekunden Zeit, um mit unseren Produkten im Regal wahrgenommen zu werden. Wer dort nicht auffällt, ist nicht da.“ Kein Wunder, angesichts von rund 300 verschiedenen Produkten, an denen ein Konsument innerhalb von einer Minute im Supermarkt vorbeiläuft. Nachhaltigkeit, so die Erkenntnis aus intensiver Marktforschung, wird von Verbrauchern erwartet – aber nicht aktiv „belohnt“. Sie sind nicht bereit, einen Aufpreis dafür zu bezahlen. Umso wichtiger ist es, dass nachhaltige Verpackungen gleichzeitig funktional sind und Marken sichtbar machen. „Wir versuchen bewusst, die Silos zwischen nachhaltiger Verpackung, optimierten Kosten und der perfekten Consumer Experience

aufzubrechen“, erklärt Andre. „Punktet eine Lösung nicht mindestens bei zwei dieser drei Kriterien, ist sie zum Scheitern verurteilt.“

Visuelle Markenpräsenz

Ein gutes Beispiel, wie Carlsberg neue Wege beschreitet, ist das DS Smith Round Wrap®, ein [Multipack aus Karton mit abgerundeten Ecken](#) für Bierflaschen. Es schafft gleich dreifach Mehrwert: Es gibt der Marke mehr visuelle Präsenz, wertet das Gebinde auf und erhöht die Regalwirkung. Das belegen wissenschaftliche Studien – unter anderem der Harvard Medical School: Sie zeigen, dass Objekte mit abgerundeten Formen gegenüber solchen mit Ecken und Kanten als attraktiver wahrgenommen werden. Gleichzeitig benötigt die neue Sekundärverpackung weniger Material, hat einen geringeren CO₂-Fußabdruck und ist besser vor Transportschäden geschützt. Und da das Pack auf vorhandenen Verpackungsmaschinen hergestellt werden kann, sind keine großen Investitionen erforderlich – der Konsument zahlt nicht drauf.

Langer Lernprozess

Bevor das neue Multipack allerdings seinen Weg ins Regal fand, war zunächst ein konsequenter Lernprozess vonnöten: „Mit den ersten Versuchen haben wir bereits 2020 in Schweden begonnen“, erinnert sich Senior Packaging Implementation & Optimization Manager Bogdan Volkotrub. Im Headquarter von Carlsberg ist er operativ verantwortlich für das Projekt. „Bevor wir über eine Skalierung nachgedacht haben, wollten wir natürlich zuerst im kleinen Maßstab beweisen, dass diese Lösung überhaupt realisierbar ist. Zunächst waren wir damit nicht erfolgreich, weil wir keine konstante Qualität erzielen konnten.“

Erst mit den richtigen Partnern gelang 2022 der Durchbruch: DS Smith, Hersteller nachhaltiger Verpackungen, konnte ausreichend Material bereitstellen und brachte die nötige Ausdauer im Testen, Lernen und Validieren mit – im Team mit dem Dortmunder Systemanbieter KHS. Dieser analysierte zunächst, welche seiner im Carlsberg-Universum betriebenen Verpackungsmaschinen die neuen Packs ohne große Umbauten verarbeiten konnten. „Das ist wie beim Spielen mit Legosteinen“,

beschreibt Volkotrub den Prozess. „Ein Teil steht für das Material, einer für die Maschine und einer für die Zusammenarbeit. Wenn nur ein Teil nicht passt, kann man daraus nichts Vernünftiges bauen.“

Suche nach dem richtigen Markt

Für ein perfektes Zusammenspiel und den endgültigen Startschuss musste nur noch ein geeigneter Testmarkt identifiziert werden. Die Wahl fiel schließlich auf das Verkaufsgebiet der [polnischen Niederlassung von Carlsberg](#): Hier werden in Flaschen abgefüllte Markenprodukte wie Carlsberg, Garage und Somersby vor allem in großen Gebinden mit 20 oder 24 Flaschen verpackt. Zum Einsatz kommen dabei anstelle von Kunststoffkästen Wraparound-Kartons. Und mit dem [KHS Innopack Kisters WP Advanced](#) gab es am Standort bereits einen Packer, auf dem das neue Multipack produziert werden konnte. 2024 tauchten die ersten Exemplare mit runden Ecken in den Regalen polnischer Supermärkte auf.

Materialkombination im Test

Die abgerundeten Ecken stellen hohe Anforderungen an das Material und seine Verarbeitung. Jonathan Carter, Head of Innovation Product Management bei [DS Smith](#), erläutert, worauf es ankommt: „Um die Kurve zu stabilisieren, benötigen wir eine ausreichend robuste Außendecke; die Innendecke muss dagegen deutlich leichter sein, damit die Welle sauber geformt werden kann. Nur so entsteht eine glatte Rundung, ohne dass das Material knittert oder aufbricht.“ Um sicherzustellen, dass die Qualität stimmt, hat DS Smith in einem langwierigen iterativen Verfahren unzählige Papierkombinationen, Wellenarten, Klebstoffe und Maschinenparameter getestet, bevor das Material zum Kunden ging. Das Versuchsergebnis bezeichnet Carter zufrieden als „goldene Ratio“ in der Materialzusammensetzung.

Überraschend einfache Lösung

In der Endphase lieferte das Unternehmen auf insgesamt 13 Paletten eine enge Auswahl unterschiedlicher Materialvarianten bei KHS in Kleve an. Dort wurden sie von den Verpackungsexperten intensiven Maschinentests unterzogen. Als Packaging Expert bei KHS klärte Tobias Kersten, was mit den bestehenden Anlagen technisch

machbar war: „Als wir das erste Mal von einem Wraparound mit runden Ecken hörten, haben sich viele gefragt, wie das funktionieren soll.“ Die Lösung erwies sich dann jedoch als überraschend pragmatisch: „Wir mussten im Faltbereich lediglich andere Führungs- und Faltwerkzeuge einsetzen“, erklärt Kersten. „In der Praxis erfordert das nur geringfügige Anpassungen. Unsere Spezialisten richten das System präzise ein, um das neue Format nahtlos auf modernen Wraparound-Packern zu integrieren. So erreichen die Anlagen eine exzellente Prozessstabilität und können die neue Verpackungsform ohne nennenswerte Leistungseinbußen verarbeiten.“ Das sei ein zentraler Aspekt für deren Flexibilität und hohe Marktakzeptanz, ergänzt er.

Voller Erfolg

Die fertige Sekundärverpackung kommt im Handel und bei den Konsumenten gut an: Zum einen sind die runden Kanten weniger anfällig für Beschädigung beim Transport, im Lager und am POS. Zum anderen scheint die abgerundete Form dem Abverkauf schon jetzt zugutezukommen, selbst wenn konkrete Zahlen noch ausstehen. Das bestätigt eine von DS Smith beauftragte Verbraucherstudie. Sie zeigt, dass durchschnittlich 77 Prozent der Befragten eher bereit wären, ein Produkt mit dem verbesserten Rounded-Wrap-Design zu kaufen als andere Verpackungsformen. Das könnte zum Beispiel daran liegen, dass die abgerundeten Ecken zusätzlichen Raum für Markenkommunikation bieten. Hinzu kommt, dass der mit einem Werbemotiv bedruckte Deckel des Kartons für den Verkauf von Einzelflaschen geöffnet und – wie bei einem Minidisplay – einfach senkrecht aufgestellt werden kann.

Nachweisbar nachhaltig

Neben Design und Funktion punktet das neue Premium-Pack mit seinem ökologischen Fußabdruck. Dank leichterem Innenliner und optimiertem Zuschnitt wird bis zu 20 Prozent weniger Material eingesetzt. „Je nach Vergleichsbasis sparen wir bis zu rund 24 Prozent CO₂e ein“, freut sich Jonathan Carter. Bei Carlsberg in Polen rechnet man mit einer Einsparung von insgesamt rund 224 Tonnen jährlich.

Zusätzliche positive Effekte ergeben sich im Zusammenhang mit der Logistik, etwa durch höhere Palettenstabilität und reduzierten Verbrauch von Stretchfolie.

Einführung in weitere Märkte

Inzwischen ist das DS Smith Round Wrap® ausgereift und bereit für den Einsatz in weiteren Märkten. Carter sieht dafür gute Voraussetzungen erfüllt: „An zahlreichen wichtigen Standorten in EMEA (Europa, Mittlerer Osten und Afrika) haben wir die Produktion bereits erfolgreich getestet. Das Know-how ist da – jetzt geht es darum, gemeinsam zu skalieren.“ Das sieht man bei Carlsberg ähnlich. Hier vertraut man auf die Nachfrage der Niederlassungen und möchte das neue Format selektiv ausrollen. Wo Marktvolumen, Markenstrategie, Materialversorgung und Maschinenteknik zusammenpassen, stehe einer breiteren Einführung nichts im Weg, heißt es aus dem Headquarter.

Innovation als Teamwork

Das neue Multipack mit runden Ecken zeigt eindringlich, wie nachhaltige Verpackungsinnovation heute gelingen kann: nicht als Einzelidee, sondern als gemeinsames Projekt entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Entsprechend zufrieden resümiert Marine Andre: „Alleine können wir bei der Verpackung nichts bewegen. Nur gemeinsam mit starken Partnern können wir Lösungen entwickeln, die für unsere Kunden, die Umwelt und unsere Unternehmen besser sind.“

Weitere Informationen unter: www.khs.com/medien

Um keine Neuigkeiten mehr zu verpassen, abonnieren Sie auch unseren Newsletter unter:

<https://www.khs.com/unternehmen/medien/publikationen/webmagazin>

Bilder und Bildunterzeilen:

(Quelle: Frank Reinhold)

Bilderdownload: <https://KHS.dphoto.com/album/cmacif31>

Bildunterzeilen:

DS Smith Round Wrap®

Das DS Smith Round Wrap® punktet mit starker visueller Präsenz, besserer Regalwirkung, geringerem Materialverbrauch und optimalem Schutz vor Transportschäden.

KHS Innopack Kisters WP Advanced

Pragmatische Lösung: Die Produktion des Multipacks auf dem KHS Innopack Kisters WP Advanced erfordert nur geringe Anpassungen im Faltbereich.

Wraparound-Karton

Bei Carlsberg in Polen werden in Glasflaschen abgefüllte Markenprodukte wie Carlsberg, Garage und Somersby in die neuen Wraparound-Kartons gepackt.

Faktencheck Carlsberg Polen

Über die KHS Gruppe

Die KHS Gruppe ist einer der weltweit führenden Hersteller von Abfüll- und Verpackungsanlagen in den Bereichen Getränke und Liquid Food. Zur Unternehmensgruppe zählen neben der Muttergesellschaft (KHS GmbH) diverse ausländische Tochtergesellschaften mit Produktionsstandorten in Ahmedabad (Indien), Waukesha (USA), Zinacantepec (Mexiko), São Paulo (Brasilien) und Kunshan (China). Hinzu kommen zahlreiche internationale Verkaufs- und Servicebüros. Am Stammsitz in Dortmund sowie in ihren weiteren Werken in Bad Kreuznach, Kleve, Worms und Hamburg stellt die KHS moderne Abfüll- und Verpackungsanlagen für den Hochleistungsbereich her. Die KHS Gruppe ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der im SDAX notierten Salzgitter AG. 2025 realisierte die Gruppe mit 5.769 Mitarbeitenden einen Umsatz von rund 1,649 Milliarden Euro.

PR-Kontakt

KHS GmbH
Alisa Altrock
(externe PR-Beraterin)
Tel: +49 251 / 62 55 61-23
Fax: +49 251 / 62 55 61-19
E-Mail: khs@information-presse.de
Internet: <https://www.khs.com>

Media-Kontakt

KHS GmbH
Eileen Rossmann
(externe Media-Beraterin)
Tel: +49 711 / 2 68 77-656
Fax: +49 711 / 2 68 77-699
E-Mail: eileen.rossmann@mmb-media.de
Internet: <https://www.khs.com>