

// Aus den Werken

# Glasverpackungskonzepte

**BAD WURZACH – Für die Studenten aus Stuttgart und Berlin gelten sie als Highlight im Semester, für Verallia ist es eine gute Gelegenheit, den Fach-Nachwuchs auf sich aufmerksam zu machen: Die Glas-Seminare für Studierende der Verpackungstechnik in Bad Wurzach.**

Wer die besten Kräfte für sich gewinnen will, muss beizeiten auf sich aufmerksam machen. Deshalb gewährt Saint-Gobain Oberland Jahr für Jahr angehenden Verpackungs-Ingenieurinnen und -Ingenieuren einen intensiven Einblick in alle Tätigkeiten rund um den Herstellungsprozess von Behälterglas.

Um die Nachfrage muss sich Oberland dabei keine Sorgen machen. „Das Seminar gilt als absolutes Highlight“, erklärt Stefan Junge,

Professor für Verpackungstechnik aus Berlin, bei seinem Aufenthalt in Bad Wurzach. Junge hat selber vor 22 Jahren als Student an dieser Exkursion teilgenommen. „Das Programm hat sich seither sehr gut weiterentwickelt“, berichtet er. Vor allem im Marketingbereich hat sich einiges verändert. Ein besonderes Dankeschön richtet er an alle Referenten aus dem Unternehmen, die es jedes Jahr schaffen, die Nachwuchskräfte für den Werkstoff Glas zu begeistern.

Was hängenbleibt bei allen, „das sind immer noch die heißen Glastropfen, die da durch die Halle fliegen“, wie Junge das schildert. „Das vergisst man nicht.“ Was für ihn – und für viele andere wahrscheinlich auch – ebenfalls in bester Erinnerung bleibt, ist der obligatorische Kegelaabend. Als Student hat Junge damals mit einer Kommilitonin zusammengesessen, die später seine Frau wurde ...



*Verallia hat reichlich Erfahrung beim Thema Glasverpackungskonzepte. Davon profitieren Studentinnen und Studenten, die Jahr für Jahr auf Exkursion nach Bad Wurzach kommen. Die jungen Leute haben frische Ideen und einen unbefangenen Blick. Davon profitiert wiederum Verallia. Hier ein Blick in den Kreativ-Workshop zum Abschluss der Exkursion der Berliner Gruppe.*

D E R



G A S T K O M M E N T A R



*von Prof. Dipl. Ing. Stefan Junge,  
Beuth Hochschule für Technik*

## Glas berührt emotional

Schon beim ersten Besuch vor über zwanzig Jahren war ich von der Produktion fasziniert. Ausgelöst von diversen sensorischen Einflüssen, die auf einen einwirkten, wie die Hitze, der Geruch, das schummrige Licht, die Geräuschkulisse und vor allen Dingen das grandiose, warmrote, glühende Farbenspiel der Glastropfen über der IS-Maschine ...

Auch beim Verpackungsdesign beeindruckt der Packstoff. Sowohl unter technisch/konstruktiven Gesichtspunkten, also im Sinne von „Entwicklung“, wie es Qualitätsnormen definieren, als auch unter gestalterischen und kreativen Gesichtspunkten.

So berührt uns auch das fertige Glas sensorisch und emotional in vielerlei Hinsicht: Scheint doch der Klang der Herstellung wie eingefroren zu sein, der bei jedem Anstoßen mit einem Glas Wein oder einer Bierflasche wieder freigesetzt

wird und so die Vorfreude auf das Produkt steigert.

Bereits bei der Packstoffauswahl ist Glas unter sensorischen Gesichtspunkten wie Geruchs- und Geschmacksneutralität die erste Wahl. Wenn man vorher das Scherbenrecycling gesehen hat, ist es umso erstaunlicher, dass man so etwas Reines und Klares herstellen kann.

Absolut einmalig unter allen Packstoffen ist die hervorragende Permeationssperre gegenüber Gasen, Aromen und Wasserdampf in Kombination mit voller Transparenz, die den Blick auf das Produkt ermöglicht.

Mit Glas gelingt auch ein faszinierender Spagat in der Wahrnehmung des Konsumenten zwischen Frische (z.B. Milch, Saft wie frisch gepresst und hochwertigen Desserts wie selbstgemacht) einerseits und Konserve (z.B. Marmeladen-, Soßen-

und Einweckgläser) andererseits. Und in beiden Fällen wird mit Glasverpackungen immer etwas Hochwertiges verbunden werden, da automatisch mit dem Gewicht, der Verpackung und dem Produkt eine Wertigkeit impliziert wird.

Neben den beschriebenen akustischen und haptischen Elementen sind beim Verpackungsdesign die zwei optische Sinnesindrücke, nämlich die Farbe und Form, die wichtigsten brand properties, da sie unser limbisches System als erstes ansprechen. Dem Trend folgend gilt es künftig noch stärker neue, eigenständige, individuelle Formen anzubieten. Oft scheint die Formgebung, trotz eigentlich idealer Voraussetzungen, immer noch zu materialoptimiert und somit zu „rund“ zu sein, während andere Packstoffe „kantig“ oder auch mit geschwungenen Flächen und Elementen daher kommen. Auch farblich ist Glas, mit wenigen Ausnahmen, in der Wahrnehmung mit seinen drei „Grundfarben“ eher noch zurückhaltend.

Daher kann eigentlich nur ein Packstoff dem Glas gefährlich werden – nämlich Glas(bruch/-splitter) ... und dieses einzig unerfreuliche sensorische Erlebnis gilt es zu vermeiden.