

Schlauer Aufkleber animiert zu nachhaltigem Konsum

von Horst Wenzel
Donnerstag, 23. April 2020



Ab diesem Sommer sollen die Smart Label von U4Food auf Produkten der Molkerei Engelshof im Einsatz sein.

Die innovative Technologie Open Monitor erlaubt FMCG-Herstellern, Verpackungen "sprechen" zu lassen. Das Smart Label "U4Food" erinnert Verbraucher daran, begrenzt haltbare Produkte aufzuessen.

Die FMCG-Wirtschaft hat sich auf breiter Front der Vermeidung oder Verminderung von Verpackungen verschrieben, mit dem Ziel, natürliche Ressourcen und das Klima zu schonen. Jetzt soll ein innovatives Konzept, das sogar auf ein kleines "Mehr" an Verpackung setzt, den durch Materialeinsparung angestrebten Nachhaltigkeitseffekt noch übertreffen. Die Kernidee fußt darauf, dass insbesondere begrenzt haltbare Lebensmittel wie Milchprodukte, Antipasti oder Salate oft einen deutlich größeren ökologischen Fußabdruck haben als ihre Verpackung - mit entsprechend negativen Folgen, sollte das Füllgut ganz oder teilweise unverzehrt entsorgt werden.

Verhindern soll dies "U4Food". Das wie ein Aufkleber gestaltete Smart Label kann beispielsweise auf der Unterseite des Stülpedeckels eines 500-g-Joghurtbechers angebracht werden. Wird die darunter liegende Siegfolie vom Konsumenten geöffnet, ein Teil des Produkts verzehrt und der Stülpedeckel wieder aufgebracht, aktiviert sich U4Food durch die Produktfeuchte. Danach wird auf dem Label

eine zunächst undurchsichtige, metallisch glänzende Bahn im Zuge eines Oxidationsprozesses zonenweise transparent.

"Genieß' mich"

So kommen vom Produkthersteller hinterlegte Bild- oder Textbotschaften zum Vorschein. Beispiel Joghurt: Nach "Geöffnet" könnte auf Stufe 2 etwa "Genieß' mich" erscheinen, gefolgt von "Save me" auf Stufe 3. Die Länge der Einzelintervalle hängt von der Temperatur und der Feuchte der Umgebung ab. Unter Einbezug von Herstellerempfehlungen kann die kumulierte Abfolge - bei Kühlschranktemperatur von 7 Grad - bis zu sieben Tage dauern.

"Als Zielgruppen adressieren wir mit U4Food Konsumenten, die nachhaltiger konsumieren wollen, Produkthersteller, die sich ökologisch profilieren wollen und Händler, die zukunftsorientierte Sortimente aufbauen", so Michael Scholtysek, Vertriebs- und Marketingleiter bei der Polytaksys GmbH. Das Unternehmen mit Sitz in Münster sowie den rheinland-pfälzischen Standorten Longuich und Speicher hält die Lizenzrechte an der Basistechnologie hinter dem Smart Label.

Das innovative Verfahren namens "Open Monitor" wurde von Wissenschaftlern der Universität Münster entwickelt und in wichtigen internationalen Märkten patentiert. 2016 hat die Universität die Lizenz an Global Innovations, einen Direktimporteur patentierter Werbemittel, sowie den Drucktechnik-Spezialisten Stuco übertragen. Zur Weiterentwicklung, Nutzung und Vermarktung konkreter Anwendungen von Open Monitor gründeten die beiden Partner Polytaksys.

Gespräche mit Edeka und Rewe

Das Praxisdebüt des für diverse Funktionsausprägungen von Zeit, Feuchtigkeit und Temperatur fertig entwickelten Smart Labels U4Food steht für den kommenden Sommer in Form eines Pilotprojekts mit der Molkerei Engelshof an. Das Familienunternehmen liefert seine Milcherzeugnisse im Umkreis von 50 Kilometer um seinen Standort in Hetzerath (Eifel) aus. Zu den lokalen Abnehmern gehören laut Scholtysek auch Märkte der LEH-Branchenführer Edeka und Rewe. "Wir führen derzeit Gespräche mit dem Qualitätsmanagement der Edeka-Zentrale in Hamburg", lässt der Vertriebsmanager wissen.

Polytaksys bietet künftigen Anwendern die Möglichkeit, sich online als nachhaltig zu profilieren. Auf der Rückseite des Smart Labels führt ein Web-Link zur "U4Food-Community". Dort gibt es Informationen zur Funktionsweise, allgemeine Tipps rund um das Thema "Save Food", einen Aktionsbereich beispielsweise für Gewinnspielmöglichkeiten und einen Social-Media-Bereich, der Shopper zum Austausch über Facebook, Instagram und Twitter animiert. "Verlinkung auf die Homepage eines Herstellers ist möglich", so Scholtysek.

Befragt, in welcher Höhe das Smart Label bei den Packaging-Kosten von Anwendern zu Buche schlägt, beziffert der Vertriebsverantwortliche den Betrag auf "ein bis zwei Cent" bei kleineren Auflagen sowie "weniger als ein Cent" bei entsprechend großen. Im Übrigen sei die Technik bereits bereit für "weitere qualitätsbegleitende Einsätze im Food-Bereich", beispielsweise als Frische-Indikator in den Drehverschlüssen von Getränkeverpackungen.