

# ausgepackt

Obst und Gemüse:  
Verbraucher bevorzugen  
Wellpappe

VDW gibt Sicherheit:  
Aktuelle DIN-Norm für  
Wellpappensorten

FÖV-Konferenz:  
Die Zukunft gehört  
Kreislaufverpackungen

1/2015



**„Adieu,  
Tristesse!“**  
Mehr Farbe im Supermarkt

Interview mit Elena Pérez,  
Meinungsforschungsinstitut Resultate

# „Wellpappe ist em

## ausgepackt 1/2015

- 02 | Interview mit Elena Pérez
- 04 | Vitamine für den Absatz
- 07 | aufgespießt
- 08 | Kreislaufverpackungen gehört die Zukunft
- 10 | Die richtige Sorte: VDW gibt Sicherheit
- 11 | Welli Wellino



**Sie haben Fokusgruppenbefragungen durchgeführt, um zu erfahren, was Verbraucher von Wellpappenverpackungen halten. Wie ist das Ergebnis?**

In den tiefenpsychologischen Gesprächen kam heraus, dass Wellpappe ein äußerst positives Image hat. Verbraucher halten das Material für sauber, anpassungsfähig, ökologisch und natürlich. Die Einbindung in einen Stoffkreislauf aus Erde/Holz/Papier/Verpackung schafft Vertrauen – da Herkunft und Entsorgung nachvoll-

### IMPRESSUM

Herausgeber: Verband der Wellpappen-Industrie e.V.

Fotos: VDW, Elena Pérez, fotolia  
© März 2015

Verband der Wellpappen-Industrie e.V.  
Hilpertstraße 22, 64295 Darmstadt  
Tel. 06151/9294-0, Fax 06151/9294-30  
www.wellpappen-industrie.de

# emotionaler Sieger“



Auf der sachlichen Ebene spielt das beim Einkaufsverhalten eine untergeordnete Rolle. Aber wir wissen ja, dass vor dem Regal zumeist Bauchentscheidungen getroffen werden. Und auf der emotionalen Ebene präferieren Verbraucher durchaus bestimmte Formen der Obst- und Gemüseverpackung, nämlich die aus Wellpappe. Aber auch da gibt es Unterschiede.

## Wie sollte die Wellpappenverpackung gestaltet sein?

Verbraucher schätzen vor allem ihre Umweltverträglichkeit, daher sollte die Gestaltung das ökologische Prinzip widerspiegeln. Die hohen Erwartungen in dieser Hinsicht werden zum Beispiel auf Bedruckung und Beschichtung übertragen, Plastik-Look ist ein „No-Go“. Die Ansprüche gelten aber auch für den gesamten Herstellungsprozess der Steige und der Früchte sowie für die Logistik: Konsumenten sehen Wellpappenverpackungen als Teil eines umweltverträglichen Produktions- und Vermarktungssystems. Alles sollte so „grün“ wie möglich sein – wie die Verpackung aus Wellpappe.

ziehbar sind, muss der Verbraucher sich deswegen keine Gedanken machen. Übrigens wirkt auch die anschmiegsame Haptik auf den Verbraucher beruhigend: Wellpappe schützt empfindliches Obst und Gemüse behutsam, ohne es durch „unnötige Härte“ zu stressen wie in Kunststoffkisten. Im Gehirn der Verbraucher findet eine Übertragung statt: weniger Stress fürs Produkt gleich weniger Stress für mich.

## Welche Rolle spielt die Verpackung beim Einkauf?

Konsumenten wollen, dass ihnen Obst und Gemüse in Wellpappenverpackungen präsentiert und darin transportiert wird. Der Grund: Sie glauben, dass es für die transportierten Waren das Beste ist. Wenn sich die Probanden projektiv in das Obst und Gemüse hineinversetzen, stellen sie fest, dass Apfel, Tomate und Gurke Wellpappensteigen den Kunststoffkisten vorziehen würden. Im Falle einer Auswahl zwischen beiden Verpackungstypen ist Wellpappe der emotionale Sieger.

**Ist das relevant? In der Einkaufspraxis hat der Verbraucher ja keine Wahl, denn dieselben Früchte werden nicht nebeneinander in Wellpappe und Kunststoffkisten angeboten.**

## Zur Person

**Elena Pérez** ist Inhaberin und Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts Resultate. Neben ihrer Stelle als Dozentin an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg ist Pérez auch Herausgeberin zahlreicher Studien zu unterschiedlichen Aspekten der Marktforschung. Darüber hinaus engagiert sie sich in der Arbeitsgruppe NEON beim Bundesverband Deutscher Marktforscher, unter anderem als Leiterin der Arbeitsgruppe „Qualitätskriterien in der Qualitativen Onlineforschung“.



Obst und Gemüse:  
Verbraucher bevorzugen Wellpappe



# Vitamine für den

Die Verpackung verkauft das Produkt – diese Marketingmaxime gilt auch für das Obst- und Gemüsesortiment, wie aktuelle Forschungsergebnisse belegen. Demnach wollen Verbraucher, dass Äpfel, Gurken und Melonen in Verpackungen aus Wellpappe angeboten und transportiert werden. Sie möchten beim Einkaufen Spaß haben und ein gutes Gewissen. Experten sagen: Dazu leisten Wellpappensteigen im Frischebereich einen wichtigen Beitrag. Und auch das zeigen die Untersuchungen: Eintö-

nigen Auslagen mit Mehrweg-Kunststoffkisten erteilen die Shopper eine klare Absage.

„Seit Jahren geht in Deutschland der Konsum von Obst und Gemüse zurück. Vor diesem Hintergrund bieten die neuesten Studien wertvolle Hinweise, was Verbraucher bei der gesunden Frischware zugreifen lässt“, sagt Dr. Oliver Wolfrum, Geschäftsführer des Verbandes der Wellpappen-Industrie (VDW). Beispielsweise ist die zentrale



# Absatz

Erkenntnis einer TNS-Emnid-Studie vom Herbst 2014: Im Obst- und Gemüsesektor nimmt der Verbraucher Verpackungen aus Wellpappe deutlich positiver wahr als Kunststoffkisten. Wenn Konsumenten wählen können zwischen gleichwertigen Waren, die in Wellpappe und in Kunststoffkisten angeboten werden, dann entscheiden sich 80 Prozent für die Früchte in Wellpappe. Nur zwölf Prozent würden sie aus der Kunststoffkiste nehmen – eine klare Präferenz für Wellpappe.

## Wellpappe wertet Früchte auf

Weiter hat die Umfrage ergeben: Wellpappe wertet Tomate, Birne & Co. auf. Die Hälfte aller Verbraucher halten Obst und Gemüse für hochwertiger, wenn es in Wellpappe angeboten wird. Nur jeder Zehnte empfindet das bei einer Präsentation in Kunststoffkisten so. Das heißt, in Wellpappe verpackte Früchte sind für Verbraucher attraktiver. Darüber hinaus halten sie Wellpappe für sauberer. Zwei von drei Befragten finden, dass die Wellpappensteige im

## Obst und Gemüse: Verbraucher bevorzugen Wellpappe

Vergleich zur Kunststoffkiste für Obst und Gemüse die hygienischere Verpackung ist. „Der Grund dafür ist die Frische der Verpackung“, erläutert Wolfrum. „Wellpappensteigen werden nur einmal verwendet und anschließend recycelt.

Kunststoffkisten dagegen durchlaufen zahlreiche Befüllungs- und Reinigungsvorgänge.“

„Wellpappenverpackungen erfüllen die Verbrauchervorstellungen zur Hygiene in zweifacher Hinsicht“, erläutert Elena Pérez, Inhaberin und Geschäftsführerin des Meinungsforschungsinstituts Resultate, die sich in tiefenpsychologischen Fokusgruppenbefragungen mit Verbrauchereinstellungen zu Obst- und Gemüseverpackungen befasst hat (siehe auch Interview auf den Seiten 2–3). „Erstens ist die Wellpappensteige immer neu, im Sinne von unbenutzt, wenn sie befüllt wird. Bei Mehrwegsteigen aus Kunststoff haben die Verbraucher Bedenken, dass sie vor der Wiederbefüllung nicht richtig gereinigt werden. Zweitens genießt das Material Wellpappe den Vertrauensvorschuss, 'im Innern', also von Natur aus, sauber zu sein. Für die Verbraucher ist es ebenso natürlich und gesund wie die Früchte, die darin transportiert werden.“

**Knockout für Kunststoffkisten**  
Warum ist Wellpappe bei Verbrauchern so beliebt? Dafür sind vor allem ihre ökologischen Eigenschaften verantwortlich. Nach den wichtigsten Verpackungseigenschaften durch die Meinungsforscher befragt, nennen Konsumenten vor allen anderen Faktoren die Recyclingfähigkeit und die Herstellung aus nachwachsenden Rohstoffen. Dass Verpa-

ckungen aus diesem Material als Informationsmedium dienen, ist ein weiterer Grund für die Präferenz. TNS Emnid hat ermittelt, dass die Verbraucher Angaben zu Herkunft, Frische, Produzent und Marke auf der Verpackung sehen wollen – für leicht zu bedruckende Wellpappe kein Problem.

Wertigkeit, Hygiene, Umweltverträglichkeit, Eignung als Medium – in allen Punkten schlägt Wellpappe aus Sicht der Verbraucher die Mehrwegkiste aus Kunststoff deutlich. Marktforscherin Pérez bescheinigt dem Verpackungsmaterial aus Luft und Papier insgesamt ein „harmonisches Image“ und schlussfolgert: „Im direkten Vergleich mit Kunststoffkisten ist Wellpappe der emotionale Sieger. Das geht sogar so weit, dass die positiven Eigenschaften der Wellpappe auf das transportierte Obst und Gemüse übertragen werden.“

### Emotionale Ansprache mit Wellpappe

Ein solcher „Emotional Leader“ unter den Verpackungen ist der richtige Marketingpartner für eine Branche, die jahrzehntelang auf Gesundheitsappelle gesetzt hat und jetzt den Verbraucher für ihre Produkte begeistern will. Dr. Gunnar Mau, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts Shoppermetrics, beschäftigt sich mit dem Einfluss von Gefühlen auf Kaufentscheidungen. Er sagt: „Gefühle wiegen bei Kaufentscheidungen oft schwerer als unsere Gedanken. Gerade bei Produkten, die wir aus Gewohnheit und ohne großes Nachdenken kaufen, haben Emotionen einen großen Einfluss.“ Auch im Obst- und Gemüsesegment gibt es Mau zufolge Möglichkeiten der Einwirkung: „Es sind vor allem Produktverpackungen, die in der Lage sind, das emotionale Erleben der Kunden im Laden zu beeinflussen.“

Eine Einschätzung, die Verpackungsexperte Wolfrum teilt. „Die Verpackung ist ein Werbemedium mit hoher Wirksamkeit“, sagt Wolfrum. „Das gilt erst recht für Obst und Gemüse, das sonst kaum beworben wird. Im Gegensatz zu eintönigen Kunststoffsteigen werten farbig gestaltete Wellpappensteigen die Warenpräsentation auf und verschaffen dem Kunden im Markt ein schönes Einkaufserlebnis. Und die neuesten Studien zeigen: Das sieht auch der Verbraucher so.“



Lust aufs Zugreifen: Wellpappe wertet Obst und Gemüse auf



## aufgespießt

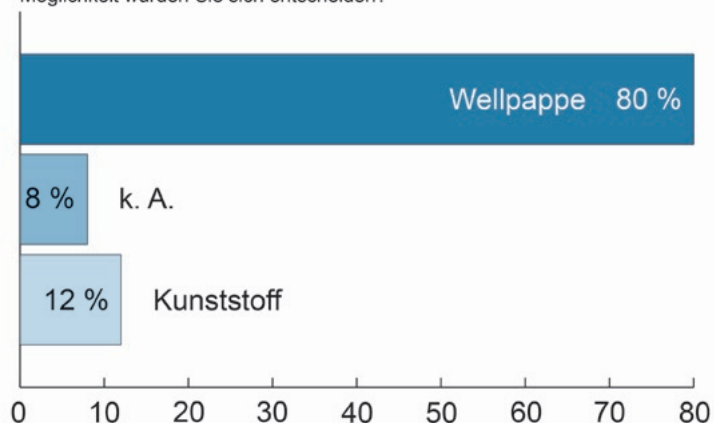
**H**erzlichen Glückwunsch, liebe Mehrwegkistenanbieter! Jetzt habt ihr es verstanden: Der Verbraucher mag keine Kunststoffkisten für Obst und Gemüse. Gerade hat eine aktuelle Studie von TNS Emnid gezeigt, dass Mehrweg-Plastikbehälter gar nicht gut ankommen. Und schon reagiert ihr und bringt eine Verpackung auf den Markt, die diesen Nachteil wettmachen soll: die Plastikkiste „in ansprechender Holzoptik“.

Sie lesen richtig: Die „sympathische Kunststoffsteige im Holzdekor“ soll laut Eigenwerbung des Herstellers „das Erscheinungsbild des Frischebereiches nachhaltig erhöhen“. Das Unternehmen empfiehlt den Wechsel von „den allgemein emotionslos wirkenden Plastik-Steigen hin zur verkaufsfördernden und das Käuferlebnis steigernden“ Kunststoffkiste in Holzoptik. In Anzeigen wird das angepriesen als „Obst- und Gemüse-Upgrade“.

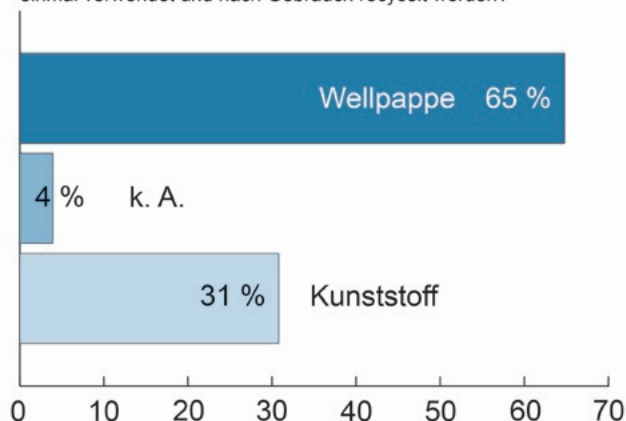
Man reibt sich verwundert die Augen. Klar ist es richtig, dass die Obst- und Gemüseauslagen in einheitlichen Kunststoffkisten „eher trist und steril“ wirken, wie der Hersteller selbst einräumt. Und selbstverständlich möchten viele Einzelhändler den Frischebereich aufpeppen und mehr Früchte verkaufen. Aber ebenso sicher ist doch: Der Verbraucher will Verpackungen, die wirklich natürlich sind und nicht nur so aussehen. Und er will bunte, vielfältige, einzigartige, ungewöhnliche Verpackungen für sein Obst und Gemüse – so, wie sie aus Wellpappe hergestellt werden. Dann greift er gerne zu, kauft mit Freude ein und steigert den Absatz.

Falls ihr, liebe Mehrwegkistenanbieter, nun den aus eurer Sicht nächsten logischen Schritt macht und die Kunststoffkiste im Wellpappenlook entwickelt, werden wir euch wieder gratulieren. Doch es bleibt dabei: Verbraucher wollen kein Fake-Upgrade, sondern First-Class-Verpackungen für Obst und Gemüse – aus echter Wellpappe.

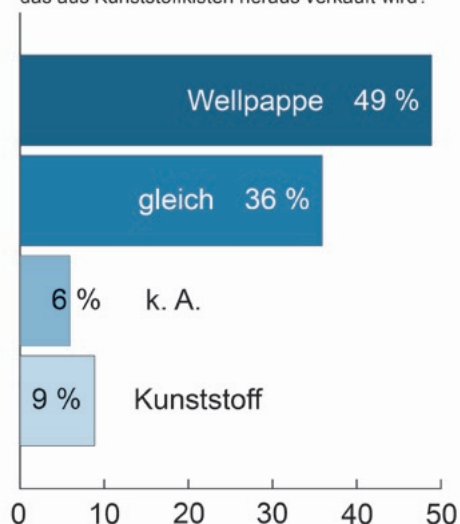
„Wenn Sie die Wahl hätten, gleichwertiges Obst und Gemüse aus Wellpappensteigen oder aus Kunststoffkisten zu kaufen, für welche Möglichkeit würden Sie sich entscheiden?“



„Welche Verpackungen im Bereich Obst und Gemüse halten Sie für hygienischer – Kunststoffkisten, die mehrfach verwendet und zwischendurch gereinigt werden, oder Wellpappensteigen, die nur einmal verwendet und nach Gebrauch recycelt werden?“



„Was, glauben Sie, ist hochwertiger – Obst und Gemüse, das aus Wellpappensteigen heraus verkauft wird, oder Obst und Gemüse, das aus Kunststoffkisten heraus verkauft wird?“



## Vorteil Recycling – Ist die Einweg/ Mehrweg-Diskussion überholt?



FORUM  
Ökologisch  
Verpacken



Timothy Glaz, Werner & Mertz: „Wir setzen auf Kreislaufverpackungen“



Dr. Heike Schiffler von Tetra Pak bezweifelt die grundsätzlichen Vorteile von Mehrwegverpackungen



Wellpappenhersteller Thomas Gissler-Weber:  
„Gebrauchte Wellpappe ist kein Abfall!“



Dr. Thomas Rummler vom Bundesumweltministerium  
erläutert die Position der Politik



Zweite Konferenz des  
Forum Ökologisch Verpacken

# Kreislaufverpackungen gehört die Zukunft

„Der Mythos von der vermeintlich umweltfreundlichen Mehrwegverpackung stammt aus dem letzten Jahrhundert und ist längst überholt.“ Mit dieser Einführung machte R. Dieter Kögler, Vorsitzender des Forum Ökologisch Verpacken (FÖV), gleich zu Beginn der Diskussionsrunde die Blickrichtung deutlich: Alle Beteiligten sollten nach vorn schauen, statt sich mit veralteten Pauschalurteilen zufriedenzugeben. Auf der zweiten FÖV-Konferenz mit dem Titel „Vorteil Recycling – Ist die Einweg/Mehrweg-Diskussion überholt?“ Ende letzten Jahres bei GS1 Germany in Köln diskutierten Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft über Glaubensfragen in der Umweltdebatte und die Vorteile des Recyclings.

So sehr Verbraucher von der Umweltverträglichkeit papierbasierter Transportverpackungen überzeugt sind, übertragen sie doch die angeblichen ökologischen Vorteile von Mehrweg-Getränkeverpackungen auch auf andere Sortimentsbereiche.

„Der Verbraucher möchte umweltverträgliche Verpackungen und glaubt, dass Mehrweg ökologisch die beste Lösung ist“, sagte Dr. Heike Schiffler, Cluster Leader Environment Europe & Central Asia bei Tetra Pak. Insbesondere für den Getränkektor, der das Thema maßgeblich prägt, wies Schiffler darauf hin, dass man zum Beispiel bei der wichtigen Frage der Umlaufzahlen für Mehrweg noch immer auf „modellhafte Betrachtungen“ der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung aus dem Jahr 1996 angewiesen sei. „Ob Mehrweg wirklich auch heute noch einen Umweltvorteil

hat, wissen wir nicht mit Sicherheit“, so Schiffler.

## Gebrauchte Wellpappe ist ein Rohstoff

Dr. Thomas Rummeler, Ministerialdirigent im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, bestritt, dass die Politik einseitig Mehrweg bevorzuge. Er bestätigte die Bedeutung des Kreislaufwirtschaftsprinzips für die Politik: „Es geht um Ressourcenschutz, zunächst um Abfallvermeidung und dann auch darum, Stoffkreisläufe zu stärken.“ Thomas Gissler-Weber, Geschäftsführender Gesellschafter des Wellpappenherstellers Gissler & Pass, stellte dazu fest: „Gebrauchte Wellpappenverpackungen sind kein Abfall, sondern ein begehrter Rohstoff für die Papierherstellung. Solchen Stoffkreisläufen gehört die Zukunft.“

Mit dieser Position stand Gissler-Weber nicht allein. „Wir setzen auf Kreislaufverpackungen, die sich hochwertig recyceln lassen und im Recyclingkreislauf keine Spuren hinterlassen. Das gilt für die PET-Rezyklat-Initiative für Frosch-Produktverpackungen ebenso wie für die Transportverpackungen aus Wellpappe“, sagte Timothy Glaz, Leiter Corporate Affairs von Werner & Mertz, und ergänzte: „Es gibt eine Reihe von Gründen, die gegen den Einsatz von Mehrwegverpackungen sprechen können – einschließlich der großen Frage der Rückführlogistik.“ Marion Sollbach, Leiterin Nachhaltigkeit bei Galeria Kaufhof und Vorsitzende des Unterausschusses des Handelsverbands Deutschland, schloss sich der Kritik an den Berechnungsgrundlagen von Mehrweg-Ökobilanzen an: „Man sollte die Bewertung aktualisieren und an neue Rahmenbedingungen anpassen.“

## Aktualisierung der DIN-Norm für Wellpappensorten

# Die richtige Sorte: VDW gibt Sicherheit

Wellpappe verpackt alles. Von der leichten, online bestellten CD über den 12er-Pack Milchtüten bis zum mehrere hundert Kilogramm schweren Getriebe für die Lkw-Produktion. Die Belastungen für Packgut und Verpackung während Lagerung, Transport und Handling sind vielfältig; für jeden Einsatzzweck gibt es die passende Version. Aber welche ist das? Was kann eine ausgewählte Wellpappensorte konkret leisten? Verwender von Verpackungen müssen sich darauf verlassen können, dass die eingesetzten Wellpappensorten den jeweiligen Anforderungen genügen – Gewissheit über die Leistungsmerkmale des Materials und der Verpackung ist gefragt.

### Festigkeitseigenschaften festgelegt

Hier gibt der VDW Sicherheit. Zur besseren Orientierung hinsichtlich der Festigkeitseigenschaften von Wellpappe hat der Verband bereits vor Jahrzehnten eine Liste der deutschen Sorten mit den relevanten Leistungsmerkmalen veröffentlicht. Sie hat sich später als DIN-Norm etabliert. Darin werden alle Sorten durch Mindestwerte bei zwei oder drei Festigkeitseigenschaften definiert: Kantenstauchwiderstand, Durchstoßarbeit und Berstfestigkeit, wobei Letztere bei den Sorten für überwiegend statische Belastung und bei Schwerwellpappe entfällt – denn Schwerwellpappen weisen eine Berstfestigkeit auf, die außerhalb des Messbereichs der Standardprüfmethode liegt. Jeder Abnehmer von Wellpappe, die aus der Herstellung von VDW-Mitgliedern stammt, kann sich also auf die angegebene Leistungsfähigkeit verlassen.

### Verbesserte Rohstoffe

Technischer Fortschritt und verbesserte Rohstoffe führen dazu, dass sich die Relationen der Festigkeitseigenschaften der Wellpappensorten im Laufe der Zeit verändern. Deshalb müssen die Sortendefinitionen in bestimmten Zeitabständen an die tatsächlich gültigen Bedingungen angepasst werden. So wird im April 2015 die aktualisierte Version der DIN 55468-1 „Packstoffe. Wellpappe. Teil 1: Anforderung und Prüfung“ erscheinen. In der Überarbeitung wurde die Berstfestigkeit der aktuellen Relation zur Durchstoßarbeit und zum Kantenstauchwiderstand sowie die Durchstoßarbeit bei Schwerwellpappe der aktuellen Relation zum Kantenstauchwiderstand angepasst.

Bei Schwerwellpappe wurde die neue Sorte 2.80 eingeführt. Darüber hinaus wurden die Wellendefinitionen so geändert, dass bei der Wellenhöhe und -teilung nun die Lücken geschlossen sind. Der Arbeitskreis Normung des VDW befasst sich bereits mit der Aktualisierung von Teil 2 der DIN 55468 über die nassfesten Wellpappensorten.

### Wellendefinitionen DIN 55468-1, Ausgabe 2014

Wellenart	Wellenhöhe h, mm	Wellenteilung t, mm
<b>G</b>	< 0,6	≤ 1,8
<b>F</b>	≥ 0,6 bis < 1,0	> 1,8 bis ≤ 2,6
<b>E</b>	≥ 1,0 bis < 1,9	> 2,6 bis ≤ 3,5
<b>D</b>	≥ 1,9 bis < 2,2	> 3,5 bis ≤ 4,8
<b>B</b>	≥ 2,2 bis < 3,1	> 4,8 bis ≤ 6,5
<b>C</b>	≥ 3,1 bis < 4,0	> 6,5 bis ≤ 7,9
<b>A</b>	≥ 4,0 bis < 5,0	> 7,9 bis ≤ 10,0
<b>K</b>	≥ 5,0	> 10,0

### Sortentabelle DIN 55468-1, Ausgabe 2014

	Sorte	Berstfestigkeit	Durchstoßarbeit <sup>a</sup>	Kantenstauchwiderstand
		kPa	J	kN/m
einwellig	1.01	--	2,5	3,5
	1.02	--	3,0	4,0
	1.03	--	3,5	4,5
	1.04	--	4,0	5,5
	1.05	--	4,5	6,5
	1.10	540	2,5	3,5
	1.20	770	3,0	4,0
	1.30	1000	3,5	4,5
	1.40	1200	4,0	5,5
	1.50	1450	4,5	6,5
mehrwellig	2.02	--	5,5	6,5
	2.03	--	6,0	7,0
	2.04	--	6,5	7,5
	2.05	--	7,0	8,5
	2.06	--	7,5	9,0
	2.20	770	5,5	6,5
	2.30	1000	6,0	7,0
	2.40	1200	6,5	8,0
	2.50	1450	7,5	8,5
	2.60	1650	8,5	9,0
	2.70	2000	9,5	9,5
	2.80	--	11,0	12,0
	2.90	--	13,0	14,0
	2.91	--	16,0	16,0
	2.92	--	21,0	18,0
	2.95	--	24,0	21,0
2.96	--	27,0	24,0	

Anmerkung: Festigkeitswerte gelten nicht für Wellpappen nur aus Wellen D, E, F und G

<sup>a</sup> Für einwellige Wellpappe in Wellenart B reduzieren sich die angegebenen Werte der Sorten um 10%

# Lebensmittel schützen!

„Verbraucher betrachten Verpackungen besonders kritisch. Wieso müssen Lebensmittel überhaupt in Wellpappe verpackt werden?“ Das war die zentrale Frage, die Dr. Oliver Wolfrum, Geschäftsführer des VDW, im Interview auf der Grünen Woche beantwortet musste. „Eingerissene Müslitüten oder zerdrückte Schokoladeneier haben am Point of Sale keine Chance beim Kunden“, antwortete der Verpackungsfachmann. „Transportverpackungen aus Wellpappe gewährleisten, dass die Waren in der gewünschten Qualität und unversehrt im Regal ankommen.“ Wolfrum zeigte sich überzeugt: „Hersteller, Einzelhandel und Verbraucher profitieren von ihrer Schutzfunktion. Darum sind 80 Prozent der Lebensmittel in Deutschland in Wellpappe verpackt.“



Dr. Oliver Wolfrum (li.) im Gespräch mit Werner Prill, ehemaliger Korrespondent der Lebensmittel Zeitung, über die Qualität von Lebensmitteln und mündige Verbraucher. Das Interview fand am Gemeinschaftsstand der Deutschen Ernährungsindustrie auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin statt.

## WELLI WELLINO

VON  
Skydog

BUNTE  
APPETITANREGER



Die nächste Ausgabe erscheint im Juni 2015

Themenschwerpunkt: Stoffkreisläufe – Altpapierrecycling als Zukunftsmodell



Liebe Händler,  
Ihr **Obst...**

...hat **einen starken  
Auftritt\*** verdient!

\*Verbraucher sagen: Obst und Gemüse in Wellpappe ist hochwertiger als solches in anderen Verpackungen.  
(TNS Emnid Studie 2014)



Obst- und Gemüsesteigen aus **Wellpappe.** 

[www.wellpappen-industrie.de](http://www.wellpappen-industrie.de)