

walki

Walki Group Customer Magazine 2025

# Cover Stories

BEREIT FÜR  
VERÄNDERUNG



**Papierbasierter  
Deckel für  
Maggi-Nudeln  
von Nestlé**

**Neue Verpackung  
für die geliebte  
Schokolade**

**Verpackung  
mit Mehrwert**

RECYCLINGFÄHIGE MÜSLI-VERPACKUNG · DESIGN FÜR NACHHALTIGKEIT



**6**  
STRATEGISCH INVESTIEREN  
Zukunftssichere Lösungen.



**8**  
LABOR FÜR INNOVATIONEN  
Reibungslosere Prozesse.



**14**  
AUF NACH FINNLAND  
Neue Erfahrungen.

**10**  
RECYCLING-FÄHIGER DECKEL  
Nestlé vertraut auf Walki für einen faserbasierten Nudelbecher-Deckel.



INHALT

- 4 **Den Wert von Verpackungen neu denken**
- 5 **User Experience im Fokus**
- 6 **Zukunftssicherung durch strategische Investitionen**
- 8 **Bewährt und erprobt**
- 9 **Leitsterne für eine nachhaltigere Zukunft**
- 10 **Die Neuerfindung des Nudeldeckels**
- 12 **Zurück zur Erde**
- 13 **Papierverpackung für eine beliebte Schokoladentafel**
- 14 **Was gibt es Neues in Pietarsaari?**
- 16 **Ein reibungsloser Wechsel**
- 17 **Komplexe Herausforderung meistern**
- 18 **Walki im Überblick**

Bereit für Veränderung

Walki feierte in diesem Sommer sein 95-jähriges Bestehen. Die Gründer würden das Unternehmen heute kaum wiedererkennen, denn aus einem Hersteller von Papiersäcken ist ein führender Anbieter innovativer Materialien geworden. Und doch ist vieles aus 1930 geblieben, wie der Wille, sich veränderten Bedingungen anzupassen, und die Entschlossenheit, auch in schwierigen Zeiten Kurs zu halten.

Agilität und Resilienz sind heute wichtiger denn je. Veränderungen vollziehen sich in rasantem Tempo – geopolitisch, gesetzlich und im Konsumverhalten.

Mit der neuen EU-Verpackungsverordnung PPR steht die Branche vor einem der größten Umbrüche ihrer Geschichte. Widerstände sind spürbar, aber Walki sieht darin die einmalige Chance, Materialien für eine echte Kreislaufwirtschaft neu zu denken. Unser Anspruch ist klar: Jede Lösung muss recycelbar oder kompostierbar sein.

Einige Beispiele finden Sie in diesem Magazin, wie den papierbasierten Deckel für MAGGI-Nudeln oder den Monomaterial-Beutel für das Allos-Müsli.

Während die Zukunft zunehmend papier- und kartonbasiert ist, bleiben Kunststoffe weiterhin unverzichtbar. Für bestimmte anspruchsvolle Füllgüter sind polymerbasierte Lösungen nach wie vor die beste Wahl, denn gerade verschwendete Lebensmittel sind eine der größten Quellen von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Die Haltbarkeit zu sichern und den Verderb zu verhindern sind primäre Ziele und so liegt unser Fokus auf der Entwicklung von recyclingfähigen Monomaterialien aus Kunststoff.

Auch bei all den Investitionen in neue Produktionskapazitäten an unseren europäischen Standorten, behalten wir unseren materialoffenen Ansatz bei. Kürzlich haben wir in eine hochmoderne Flexodruckmaschine samt Gebäudeerweiterung in Säkylä investiert sowie in neue Extruder in Ylöjärvi und Murcia für kompostierbare Folien.

Eine zusätzliche Linie in Duffel für recyclingfähige, schwer entflammable Materialien für die Bauindustrie hilft unseren Kunden nicht nur Vorschriften einzuhalten, sondern auch Energieeffizienz und Kreislauffähigkeit zu steigern.

Alle unsere Fortschritte werden auch von außerhalb anerkannt: So sind wir nun offiziell von der SBTi validiert und von EcoVadis erhielten wir Gold für Umweltengagement, Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung.

„Jetzt ist der Moment, den Wert von Verpackung neu zu denken“, sagt Verpackungsexperte Marius Tent im Gespräch auf Seite 4. Die PPR bietet uns die Chance, Verpackung nicht als Kostenfaktor, sondern als wertsteigerndes Element zu sehen. Wer darauf vorbereitet ist, wird auch gewinnen.

Wir bei Walki sind stolz darauf, der Partner zu sein, der unsere Kunden unterstützt, ihre Verpackungslösungen an eine kreislauffähige Zukunft anzupassen. Gemeinsam mit unserem Eigentümer Oji sind wir bereit für diesen Wandel – und laden alle herzlich ein, uns auf dieser spannenden Reise zu begleiten!

**Leif Frilund**  
CEO



COVER STORIES

**Herausgeber**  
Leif Frilund  
**Chefredakteurin**  
Marina Kurula  
**Redaktionsleitung**  
Annika Sundell, Pauliina Saari,  
Kari Salminen, Marko Siltala,  
Andreas Rothschink  
**Redaktioneller Inhalt und Layout**  
Oddly Oy, Marko von Konow  
**Titelbild**  
iStock  
**Druck**  
Grano 2025  
**Änderung der Adresse**  
www.walki.com/coverstories/contacts

# Den Wert von Verpackungen neu denken

Die PPWR verändert die Lebensmittelbranche grundlegend. Der Verpackungsexperte Marius Tent sieht diesen Wandel als Chance.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Marius Tent

Die seit Jahrzehnten größte Transformation der Lebensmittelbranche steht unmittelbar vor der Tür. Die EU-Verpackungsverordnung PPWR bringt die Branche unter Zugzwang: Ab 2030 müssen sämtliche Verpackungen nicht nur theoretisch recyclingfähig sein, sondern auch tatsächlich im großen Maßstab recycelt werden. Für Markenartikler stellt sich die Frage: Was bedeutet das konkret und wie reagiert man darauf?

**Marius Tent**, langjähriger Branchenexperte und Gründer der Beratungsfirma Via Packaging UG sowie der Wissensplattform 360PackMastery.com, gilt als einer der profiliertesten Fürsprecher kreislauffähiger Verpackungslösungen in Europa. Er hat mit großen Lebensmittelmarken und Konsortien gearbeitet, um Verpackungen nicht nur nachhaltig, sondern auch funktional und verbraucherfreundlich zu gestalten. Sein Credo: „Verpackung muss mehr leisten als reine Gesetzeskonformität.“ Neben Funktionalität und Nachhaltigkeit sei es vor allem die Nutzererfahrung, die echten Mehrwert schaffe, so Tent.

Branchenkollegen schätzen ihn als pragmatische Stimme, die keinem Material den Vorzug gibt. Stattdessen plädiert er dafür, Verpackungen auf ihren Kontext hin zu bewerten – mit dem klaren Ziel, komplexe Multimaterial-Lösungen zu vermeiden.

„Verpackungen müssen radikal vereinfacht werden – sowohl für die Sammlung als auch für die nachgelagerte Sortierung“, erklärt er. „Das heißt, es müssen zum einen Materialien zum Einsatz kommen, die Sortiertechnologien leicht erkennen, und zum andern müssen wir Komponenten weglassen, die Recyclingströme verunreinigen.“ Je einfacher die Sortierung, desto effizienter das Recycling.

Ein Beispiel: Nudeln in Faltschachteln mit Sichtfenster aus Folie. „Jeder weiß, wie Nudeln aussehen. Brauchen wir wirklich das Plastikfenster auf Kosten der Recyclingfähigkeit?“

Für erfolgreiches Design sieht Tent fünf Kriterien: optisch ansprechend und intuitiv nutzbar, technisch und wirtschaft-

lich produzierbar, markenkonform, kreislauffähig und ökologisch vertretbar. „Das Gleichgewicht zwischen allen fünf Faktoren ist eine komplexe Gleichung, bei der schon ein einziger Fehltritt über den Erfolg oder Misserfolg einer Verpackungslösung entscheiden kann.“

## Großer Umbruch voraus

Für Tent ist die PPWR die tiefgreifendste Veränderung der Verpackungsindustrie seit Jahrzehnten. „Sie ist keine Last, sondern eine große Chance. Richtig genutzt, kann sie großen Fortschritt bringen – für Marken, Verbraucher und Umwelt.“

Er nennt drei Vorteile für Vorreiter: Erstens stiftet frühes Handeln Glaubwürdigkeit und Differenzierung. Zweitens lassen sich unter dem Stichwort „Erweiterte Herstellerverantwortung (Extended Producer Responsibility EPR)“ durch Ökodesign langfristig Kosten senken. Drittens steigert kluges Design die Nutzererfahrung und damit auch die Markentreue.

Marken haben damit zwei Optionen: Mindeststandards erfüllen oder die Transformation aktiv gestalten. „Wer nur Kästchen abhakt, bleibt im Mittelmaß. Wer mutig vorangeht, gestaltet die Systeme, die unser künftiges nachhaltiges Leben bestimmen.“

## Systemdenken gefragt

Doch echte Veränderung erfordert Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, denn Innovation dürfe sich nicht allein auf Materialien fokussieren. „Ebenso wichtig ist es, Abfallwirtschaft und Sortiertechnologien weiterzuentwickeln. Nur wenn Infrastruktur, Design und End-of-Life-Lösungen zusammengedacht werden, entsteht ein funktionierendes Kreislaufsystem.“

Die Dimension des Wandels begeistert Tent. „Noch nie gab es eine vergleichbare Umbruchphase. Jetzt ist der Moment, Führung zu übernehmen. Wer die Nachhaltigkeitsagenda verschläft, läuft Gefahr, den Anschluss zu verlieren.“ **CS**

☑ Richtig umgesetzt kann Verpackung echten Geschäftswert schaffen, sagt Marius Tent.



„Verpackungen müssen radikal vereinfacht werden – sowohl für die Sammlung als auch für die Sortierung.“



☑ Der Fokus auf die User Experience kann neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen.

# User Experience im Fokus

Die richtige Verpackung kann die Nutzererfahrung verbessern und neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto iStock

Wenn Markenartikler heute eine neue Verpackung wählen, müssen sie mehr denn je einen Spagat meistern. Einerseits gilt es, funktionale Anforderungen und Regularien wie die europäische *Packaging and Packaging Waste Regulation* (PPWR) zu erfüllen. Andererseits rückt die User Experience zunehmend in den Mittelpunkt, denn Verpackung ist längst auch ein Instrument, um das Markenerlebnis zu steigern.

„Nachhaltigkeit und Rezyklierbarkeit sind entscheidend, doch beim Design von Lebensmittelverpackungen spielen viele weitere Faktoren eine Rolle. Unsere Aufgabe bei Walki ist es, all diese Aspekte miteinander zu verbinden und Lösungen zu schaffen, die nicht nur nachhaltig und funktional sind, sondern auch den Mehrwert einer besseren User Experience für den Verbraucher erlebbar machen“, sagt **Annika Sundell**, Executive Vice President Consumer Packaging und Innovation & Sustainability bei Walki.

Papierbasierte Verpackungen bieten hier besondere Vorteile, denn sie fördern dank etablierter Abfallströme die Kreislaufwirtschaft, helfen Markenartiklern die PPWR-Vorgaben einzuhalten und unterstützen zugleich die Abkehr von erdölbasierten Materialien.

Doch die richtige Verpackung kann weit mehr: Sie verleiht Marken zusätzlichen Wert, wenn sie den Zeitgeist trifft und mit den Erwartungen der Konsumenten im Einklang steht.

„Wir müssen uns fragen, wie wir Marken dabei unterstützen können, das Nutzererlebnis zu verbessern und damit das gesamte Markenerlebnis auf ein neues Niveau zu heben“, so Sundell.

Das bedeutet, nicht nur das Material, sondern auch die Nutzung einer Verpackung in den Blick zu nehmen. Ein Beispiel ist der wachsende *Health- & Wellness-Trend*: Immer mehr Konsumenten suchen nach Produkten, die zu einem gesunden Lebensstil passen.

„Wir müssen uns fragen, wie wir Marken dabei unterstützen können, das Nutzererlebnis zu verbessern.“

„Verpackung kann dies subtil, aber wirkungsvoll transportieren, etwa durch papierbasierte Materialien, die sich natürlich und nachhaltig anfühlen“, erklärt Sundell.

## Neue Nutzungssituationen schaffen

Ein weiterer Punkt ist die Konsumentenerfahrung selbst: Wie fühlt sich die Verpackung an, wie gut funktioniert sie im Alltag, lässt sie sich leicht öffnen oder wiederverschließen?

„Das alles beeinflusst die Interaktion des Verbrauchers mit der Marke. Verpackung ist ein starkes Werkzeug, um Wahrnehmung und Verhalten zu prägen“, sagt Sundell.

Darüber hinaus können Verpackungen sogar neue Nutzungssituationen eröffnen. Ein Beispiel: Haferbrei, in vielen nordischen Küchen ein Frühstücksklassiker, verliert bei jüngeren Zielgruppen jedoch zunehmend an Attraktivität. Mit geschickter Verpackungsgestaltung lässt sich das Produkt neu positionieren, angepasst an einen mobilen Lebensstil.

„Der Frühstücksbrei kann z. B. als gesunder Müsliriegel neu eingeführt werden – schnell konsumierbar unterwegs und damit für viele neue Anlässe relevant. Verpackt in einem Papier-Flowpack unterstützt er zugleich den Health- & Wellness-Trend“, erläutert Sundell.

Nachhaltigkeit, Funktionalität und nutzerorientiertes Design: Wer diese Faktoren geschickt kombiniert, kann echten Mehrwert generieren. Im Kern steht dabei ein tieferes Verständnis des Endkunden.

„Das bedeutet, dass wir immer stärker Einblicke in die Trends und das Verhalten der Konsumenten gewinnen müssen“, fasst Sundell zusammen. **CS**

# Zukunftssicherung durch strategische Investitionen

Wettbewerbsfähig zu bleiben in einer sich schnell verändernden Verpackungswelt erfordert stetige Investitionen, um Innovationen voranzutreiben und auf neue Kundenbedürfnisse zu reagieren. Walki geht hier voran und verwandelt Kundenwünsche in Wettbewerbsvorteile.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Walki & Harri Nurminen

Strategische Investitionen sind entscheidend, um die eigene Marktposition zu sichern – ein Blick auf die Aktivitäten des letzten Jahres zeigt, wie ernst Walki dies nimmt.

So wurde im deutschen Werk in Steinfurt, eine neue Linie für den wachsenden Bedarf an papier- und kartonbasierten Materialien fertiggestellt. Auch die bisher größte Investition in der Firmengeschichte im finnischen Valkeakoski, läuft seit über zwei Jahren erfolgreich. Genauso wie die zweistufige Modernisierung in Wrocław, Polen, zur Steigerung der Produktion von faserbasierten Verpackungen mit ultrahohen Barriereigenschaften.

Und die Modernisierung der Produktionsstätten geht weiter. In den letzten 12 Monaten wurden mehrere Projekte entschieden oder abgeschlossen, um Kunden bei der Zukunftssicherung ihres Geschäfts noch besser zu unterstützen.

Da auch die Bauindustrie auf EU-Vorgaben zu Brandschutz und CO<sub>2</sub>-Reduzierung reagiert, steigt die Nachfrage nach flammhemmenden und nachhaltigen Lösungen. Um diesem Bedarf an Trägerbahnen und Membranen zu begegnen, setzt Walki nun eine langfristige Strategie um. Ein zentraler Baustein ist dabei eine neue Produktionslinie im Werk im belgischen Duffel. Sie ergänzt die Herstellung von Isolierverkleidungen, die bislang vor allem im finnischen Valkeakoski erfolgt und sorgt für zusätzliche Kapazitäten.

„Damit rücken wir näher an unsere Kunden, denn wir sind die Einzigen in Zentraleuropa mit solch einer Kapazität. Gleichartige Linien in Duffel und Valkeakoski helfen



« Das wachsende Interesse an kompostierbaren Lösungen war der Grund für die Investition in Ylöjärvi

„ Die Erneuerung und Modernisierung der Produktionsanlagen wird kontinuierlich fortgesetzt.

« Durch die Investition in Säskylä werden die Reaktionsfähigkeit und der Kundenservice verbessert.

uns, Nachfrageschwankungen auszugleichen“, sagt **Olivier Lucas**, Business Line Manager Construction Facings.

Die neue Investition wird auch den Auslandsabsatz von Walki stärken, der zunehmend aus der Asien-Pazifik-Region kommt seit Walki ein Teil der Oji Gruppe ist. „Die Mannschaft in Duffel kann nun seine Expertise mit Valkeakoski bündeln und so die Innovationskraft weiter steigern“, so Lucas.

## Erweiterte Druckkapazität in Säskylä

Mit der Einführung der PPWR-Verordnung erlebt die Lebensmittelbranche einen der größten Umbrüche ihrer Geschichte. Die Nachfrage nach hochwertigen, recycelbaren flexiblen Lösungen steigt – auch bei Walki Westpak im finnischen Säskylä. Um die hohe Qualität im Flexodruck und den guten Service zu sichern, war zusätzliche Kapazität erforderlich.

„Wir müssen auf schnell wechselnde Verbrauchertrends und Handelsanforderungen reagieren“, erklärt **Jonas Skuthäällä**, Head of Sales Flexible Packaging.

Da Kunden kurze Lieferzeiten und höchste Druckqualität erwarten, auch bei kleinen Auflagen, braucht es modernste Technologie, Geschwindigkeit und ausreichend Kapazität. Das Investment in Säskylä umfasst zwei Teile: eine Flexodruckmaschine der neuesten Generation für wasser- und lösemittelbasierte Farben, sowie eine neue Halle für die Weiterverarbeitung, die Arbeitsabläufe und Logistik optimiert.

„Diese Investition unterstreicht unser Engagement für recycelbare und materialeffiziente Verpackungslösungen und ist ein wichtiger Schritt zur Sicherung unserer Wettbewerbsfähigkeit“, so Skuthäällä.

## Wachsende Nachfrage nach kompostierbaren Lösungen

Getrieben durch das EU-Ziel einer Kreislaufwirtschaft und der Reduzierung von Plastikmüll wächst das Interesse an kompostierbaren Produkten. Walki hat daher in zusätzliche Extruderkapazität in Ylöjärvi, Finnland, und Murcia, Spanien, investiert.

„Der neue Extruder in Ylöjärvi sichert nicht nur die Qualität unserer kompostierbare abbaubaren Lösungen, sondern erhöht auch unsere Betriebssicherheit“, erklärt **Sune Kapstens**, Head of Production Cluster Converter North.

In Murcia wurden gleich zwei neue Blasfolienextruder für kompostierbare Folien installiert.

„Die neue Technologie verbessert die Qualität unserer kompostierbaren Produkte und bietet die Kapazität, um die erwartete Nachfrage zu bedienen“, sagt **Juan Pedro Hernández**, General Manager Walki Plasbel.

„Damit treiben wir den Wandel zu nachhaltigeren Produkten voran, sichern die Qualität und reduzieren Ausschuss“, ergänzt Werksleiter **Alejandro Martinez Sotomayor**.

Zudem wird in Arbeitssicherheit und Komfort investiert. „Im dritten Jahr in Folge investieren wir nun in die Sicherheit an unseren Wicklern. Da Hitze in unserer Region eine Herausforderung ist, haben wir auch Maßnahmen ergriffen, um die Arbeitsplätze für unsere Linienbediener kühler zu machen“, so Sotomayor. CS

# Bewährt und erprobt

Bei der Entwicklung recycelbarer Verpackungen sind umfangreiche Tests erforderlich. Um schneller herauszufinden, was in der Praxis wirklich funktioniert, hat Walki in eigene Test- und Laboreinrichtungen investiert.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Walki

Die Kriterien für recyclinggerechtes Design, ein zentraler Bestandteil der europäischen Richtlinie für Verpackungen und Verpackungsabfall (PPWR), legen genaue Anforderungen fest, damit Verpackungsmaterialien leicht gesammelt, sortiert und zu hochwertigen Recyclingrohstoffen verarbeitet werden können. Der Umstieg von Kunststoffen auf faserbasierte Materialien steht dabei für Markenartikler weit oben auf der Agenda, denn das Recycling von Papier und Karton funktioniert sehr gut. Und meist ist nur eine hauchdünne Polymerschicht nötig, um die erforderlichen Barriereigenschaften zu erreichen. Entscheidend ist dabei das optimale Verhältnis des Faseranteils zur Polymerbeschichtung: Der Papieranteil muss hoch genug sein, um ein technisches Recycling zu gewährleisten, gleichzeitig müssen die funktionalen Eigenschaften der Verpackung erhalten bleiben. Dieses Gleichgewicht ist heikel und schon eine geringe Erhöhung von Polymeren kann zu einer deutlich höheren Ausschussquote führen.

„Was auf dem Reißbrett funktionieren sollte, lässt sich nicht immer in eine praxistaugliche Lösung umsetzen“, erklärt **Mats Källdström**, Innovation und Development Manager bei Walki.

Daher ist es wichtig, zunächst Kleinserien auf ihre Recyclingfähigkeit zu testen, bevor man in die Großproduktion geht.

## Schnelle Bewertung

Externe Labore können solche Tests durchführen, verlängern jedoch den Prozess um Wochen oder gar Monate. Um Innovationen schneller zu bewerten, investierte Walki deshalb in ein eigenes Labor zur Prüfung der Recyclingfähigkeit.

„Nun können wir sehr zügig testen und so teure Überraschungen vermeiden, wenn sich herausstellt, dass eine theoretisch funktionierende Lösung im Recycling doch durchfällt.“

Der Bau des Labors war ein umfangreiches Projekt, das die Abstimmung mit externen Bewertungslaboren erforderte, da es nach wie vor keine standardisierte Methode für die Durchführung von Recyclingtests gibt.

Es existieren jedoch bewährte Branchenverfahren wie z. B. das der *4evergreen-Alliance*, bei der Walki ebenfalls Mitglied ist. Diese Allianz vereint die gesamte Wertschöpfungskette, um faserbasierte und kreislauffähige Verpackungen zu fördern. Das gewählte Verfahren zum Papierrecycling bietet eine wissenschaftlich fundierte Basis, um zu beurteilen, wie gut verschiedene Verpackungsmaterialien in realen Verwertungsprozessen funktionieren.

Källdström betont, dass das interne Labor externe Prüfungen nicht ersetzen wird:

„Es hilft uns, bei Kundenterminen besser vorbereitet zu sein und den Innovationsprozess zu beschleunigen. Eine externe Validierung durch einen unabhängigen Partner ist aber nach wie vor unerlässlich, um eine neutrale Bestätigung dafür zu erhalten, dass die Verpackung unter realen Bedingungen recycelt werden kann.“

Das Labor zur Recyclingbewertung sowie die bereits vorhandenen Pilot-Beschichtungsanlagen wurden nun noch durch eine vertikale Schlauchbeutel-Anlage ergänzt. Damit kann das Team auch die tatsächliche Verarbeitbarkeit neuer Materialkombinationen auf Verpackungslinien testen, bevor Kundentests stattfinden.

„Wir können damit optimale Siegelparameter und -fenster ermitteln und unseren Kunden konkrete Empfehlungen geben“, so Källdström.

Zusätzlich kann Walki nun auch Vorab-Tests zur Haltbarkeit durchführen:

„Wir können beispielsweise einen Beutel mit dem gewünschten Produkt befüllen, einige Wochen unter definierten Bedingungen lagern und beobachten, wie sich das Material verhält. So lässt sich schnell feststellen, ob die Verpackung für ein Produkt geeignet ist.“

Die Umstellung von Verpackungsmaterialien gemäß PPWR ist nun in greifbarer Nähe gerückt, erfordert jedoch weiter umfangreiche Tests und Anpassungen. In Walkis Technical Competence Center in Pietarsaari werden wichtige Prozesse abgedeckt – sämtliche Fertigungstechnologien (Beschichten, Kaschieren, Bedrucken), Recyclingprüfungen sowie Verarbeitungs- und Haltbarkeitstests. **CS**

Das eigene Labor hilft uns noch besser vorbereitet zu sein, wenn wir mit unseren Kunden sprechen.

Die eigene Anlage zur Fertigung von Schlauchbeuteln beschleunigt sehr die Innovationsarbeit

# Leitsterne für eine nachhaltigere Zukunft

Walki wurde von SBTi und EcoVadis für seine systematische Nachhaltigkeitsarbeit ausgezeichnet. Diese Anerkennungen sind nicht nur Ausdruck eines starken Engagements, sondern helfen auch dabei, die Arbeit weiter voranzutreiben.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Walki

Die Walki Gruppe hat einen wichtigen Meilenstein auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit erreicht, denn die Klimaziele des Unternehmens wurden offiziell von der *Science Based Targets initiative* (SBTi) validiert. Die international anerkannte Organisation unterstützt Unternehmen und Finanzinstitute dabei, ehrgeizige Ziele zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen festzulegen, welche im Einklang mit dem 1,5-Grad-Ziel stehen.

Die SBTi dient als Kompass für sinnvolle Fortschritte, sagt Pauliina Saari.

Walki arbeitet seit jeher systematisch an Nachhaltigkeitsthemen. Rahmenwerke wie die SBTi helfen, diese Arbeit teamübergreifend und mit externen Partnern strukturiert voranzubringen. Da sich die Initiative weltweit als Standard für glaubwürdige, wissenschaftsbasierte Klimaziele etabliert hat, wird sie von vielen Kunden geschätzt und zunehmend eingefordert.

Doch für Walki geht es um mehr als nur um Standards. „Die Validierung durch die SBTi ist kein reines Compliance-Thema“, betont Nachhaltigkeitsdirektorin **Pauliina Saari**. „Sie ist unser Kompass, der uns hilft, das Geschäft zukunftssicher zu machen und konkrete Schritte in Richtung einer nachhaltigeren Welt zu gehen. Nachhaltigkeit ist seit Jahren Kern unserer Strategie und unseres Handelns. Nun haben wir mit SBTi ein messbares Rahmenwerk, um noch weiter zu gehen.“

Entsprechend stärkt die Bestätigung Walkis Fokus auf fünf Handlungsfelder: nachhaltigeres Produktdesign, Förderung von Recycling und Kreislaufwirtschaft, Effizienzsteigerung in den Betrieben, smartere Logistik sowie enge Zusammenarbeit mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette. Jedes dieser Felder zählt auf das übergeordnete Ziel ein, den Wandel zu einer zirkulären und CO<sub>2</sub>-armen Wirtschaft voranzutreiben.

Auch in der Produktion setzt Walki konsequent auf Energieeffizienz und den Einsatz von emissionsarmer Energie. Den größten Hebel sieht das Unternehmen jedoch in der Beschaffung von Rohstoffen, die für den Großteil der Emissionen verantwortlich sind. Durch sorgfältige Auswahl der Partner gelingt es, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck deutlich zu senken – etwa mit recyceltem Aluminium, das z. B. die Klimabilanz Isolierverkleidung Walki® WICO<sub>2</sub> erkennbar verbessert.

## Auszeichnung durch EcoVadis

Für ihr systematisches Engagement wurde die Walki Gruppe jüngst auch von EcoVadis mit der Goldmedaille ausgezeichnet. Die globale Organisation bewertet Unternehmen in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Mit der Auszeichnung gehört Walki zu den besten fünf Prozent von mehr als 130.000 bewerteten Unternehmen weltweit.

„Das ist ein wichtiges Zeichen dafür, dass unsere Bemühungen nicht nur ehrgeizig, sondern auch messbar und transparent sind“, sagt Saari.

Doch Auszeichnungen sind kein Selbstzweck. „SBTi und EcoVadis helfen uns, Vertrauen aufzubauen und Tempo zu machen. Entscheidend ist, dass wir durch diese Anerkennungen die Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette vertiefen, gemeinsam Innovationen vorantreiben und den Übergang zur Kreislaufwirtschaft und einer CO<sub>2</sub>-armen Zukunft beschleunigen.“ **CS**

# Die Neuerfindung des Nudeldeckels

Wenn es hektisch wird, sind Instantnudeln oft die letzte Rettung. Als der Umstieg auf einen nachhaltigen Deckel für die To-Go-Becher anstand, tat sich Nestlé mit Walki zusammen.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Muhammad Shayam

**T**ief verwurzelt in den kulinarischen Traditionen Asiens sind Nudeln das Grundnahrungsmittel schlechthin. Besonders beliebt ist die Instantvariante im Becher, die schnell zubereitet und flexibel an lokale Geschmäcker anpassbar ist.

Durch lange Haltbarkeit und die einfache Zubereitung werden sie zur perfekten Mahlzeit in einem stressigen Alltag. Laut der World Instant Noodles Association wurden allein in Malaysia im Jahr 2024 über eine Milliarde Portionen Instant-Nudeln verzehrt.

Bisher bestand der Deckel solcher Verpackungen meist aus Aluminium, da dieses Material eine zuverlässige Barriere gegen Feuchtigkeit bietet.

„Die Nudeln brauchen eine luftdichte Versiegelung mit einer starken Feuchtigkeitsbarriere“, erklärt **William Wong**, Sales Manager bei Walki in Malaysia.

Doch Aluminium bringt funktionale und ökologische Nachteile mit sich: Es hat einen hohen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck und reißt leicht beim Öffnen ein. Viele Marken wechselten daher zu Kunststoffdeckeln, die zwar die nötigen Barriereigenschaften haben, aber auch reichlich Plastikmüll erzeugen.

Nestlé entschied sich deshalb im Rahmen seiner globalen Nachhaltigkeitsstrategie, in Asien den Kunststoffdeckel seiner *MAGGI Portable Cups* durch eine papierbasierte Alternative zu ersetzen, die im Altpapierkreislauf recycelt werden kann.

„Unser Ziel, den Einsatz von neuem Plastik bis 2025 um ein Drittel zu reduzieren, war ein entscheidender Treiber. Der neue MAGGI-Deckel ist Teil einer groß angelegten Initia-

tive, den Kunststoffanteil in Verpackungen wie Bechern und Deckeln deutlich zu verringern“, sagt **Ivy Tan Link Cheh**, Executive of Food Business bei Nestlé.

## Verpackung als Markenbotschaft

Mit nachhaltigen Verpackungen zeigen Markenhersteller, wie ernst es ihnen mit der Nachhaltigkeit ist.

„Verpackung ist oft der erste – und manchmal einzige – Kontaktpunkt zwischen Konsument und Produkt. Für MAGGI war der Umstieg auf Papierdeckel nicht nur eine technische Lösung, sondern ein klares Markensignal“, betont Ivy Tan.

Verbraucher erwarten zunehmend sichtbare, glaubwürdige Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit. Mit den Papierdeckeln wollte Nestlé zeigen, dass die eigenen Ambitionen ernst gemeint sind.

„Aktuelle Studien zu den MAGGI-Verpackungen zeigen, dass Hinweise wie Rezyklierbarkeit oder reduzierter Plastikeinsatz die Markenwahrnehmung verbessern und Kaufentscheidungen beeinflussen“, so Tan.

Der Markt für Instant-Nudeln in Asien ist stark fragmentiert, denn hunderte nationale wie internationale Marken ringen um die Aufmerksamkeit der Konsumenten. „In dieser hart umkämpften Kategorie ist die Verpackung ein entscheidender Faktor, um sich abzuheben“, sagt Tan. Laut Marktforschung verbinden Konsumenten MAGGI vor allem mit emotionalen Werten wie Familie und Verlässlichkeit – Werte, die durch eine nachhaltige Verpackung zusätzlich gestärkt werden.

## Reibungslose Zusammenarbeit

Obwohl die Zusammenarbeit zwischen Walki und Nestlé Asien noch relativ jung ist, so reifte die Idee eines papierbasierten Deckels für MAGGI bereits über Jahre. Nestlé suchte schon lange nach Alternativen zum Aluminiumdeckel und nahm Kontakt zu Wong auf, der die Aufgabe weitergab an seinen Kollegen **Henri Torkkola**, Technical Service & Development Manager. Das Team in Finnland entwickelte verschiedene Papierlösungen, zugeschnitten auf die Anforderungen des Produkts, denn die hochwertigen MAGGI-Nudeln müssen auch nach langer Lagerung ihren Geschmack behalten. Der neue Deckel auf Papierbasis sollte also die gleichen funktionalen Eigenschaften bieten wie Aluminium- oder Kunststoffdeckel.

„Im hart umkämpften Pasta-Markt ist Verpackung ein entscheidender Faktor um sich abzuheben.“



„Wir mussten Funktionalität und Nachhaltigkeit in Einklang bringen und konnten durch den Umstieg auf Papierdeckel den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck deutlich senken. Der Fokus liegt nun auf der weiteren Optimierung der Recyclingfähigkeit“, erklärt Torkkola.

Neben der Funktion spielt auch die Optik eine große Rolle, denn als Markenbotschafter muss die Verpackung hochwertig wirken und hervorragende Druckeigenschaften bieten. Das Ergebnis ist ein nachhaltiger, optisch ansprechender Deckel mit überzeugenden Siegeleigenschaften.

## Kleine Änderung, große Wirkung

Seit der Markteinführung in Malaysia und Singapur sind die Reaktionen rundweg positiv. Internationale Marken wie Nestlé sind die Treiber für nachhaltige Verpackungslösungen, gerade in Regionen, in denen gesetzliche Vorgaben noch fehlen.

„Unsere Zusammenarbeit mit innovativen Unternehmen wie Walki garantiert, dass unsere Nachhaltigkeitsbotschaft wissenschaftlich fundiert, sicher und durchdacht ist. Verpackung kann nicht nur beim Verbraucher, sondern auch im Handel Mehrwert schaffen“, erklärt Tan.

Und sie ergänzt: „Wir beweisen, dass schon kleine Veränderungen, wie ein neuer Deckel, einen großen Unterschied machen können.“

» Instantnudeln können an den lokalen Geschmack angepasst werden.

# Zurück zur Erde

Bioabfälle haben das Potenzial, den Kreislauf in der Lebensmittelproduktion zu schließen, aber nur, wenn sie richtig sortiert und recycelt werden. Was braucht es, um echte Fortschritte zu erzielen?

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Walki



„Wir reden oft darüber, wie man trennt, aber zu wenig darüber, warum es wichtig ist.“

**B**iologische Abfälle könnten den Kreislauf in der Lebensmittelproduktion schließen – vorausgesetzt, sie werden richtig getrennt und verwertet. Denn aus Küchen- und Gartenabfällen lassen sich wertvolle Ressourcen gewinnen: organische Dünger, die Stickstoff, Phosphor und Kalium zurück in den Boden bringen, sowie Biogas. Beides reduziert den Einsatz synthetischer Dünger und stärkt ein ressourceneffizientes Kreislaufsystem.

Die EU hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt: Bis 2035 sollen 65 % der kommunalen Abfälle recycelt werden, die Deponierung soll auf 10 % sinken. Seit 2024 gilt deshalb die Pflicht zur getrennten Sammlung von Biomüll. Doch die Verwertungsquote stagniert: Im EU-Schnitt liegt sie bei 45 %, in Finnland bei rund 40 %.

Um Ursachen und Lösungen besser zu verstehen, hat Bioska, Teil der Walki Gruppe, zwei Studien durchgeführt: eine Befragung der beteiligten Interessengruppen zu systemischen Problemen und einen Konsumentenreport.

## Verhalten der Verbraucher

Laut Umfrage unter mehr als 1000 Finnen trennen heute 89 % ihren Biomüll – ein Anstieg gegenüber 86 % im Jahr 2019. Für 54 % ist es ganz normal und Teil des Alltags, rund 30 % geben an, es nur wegen der gesetzlichen Pflicht zu tun.

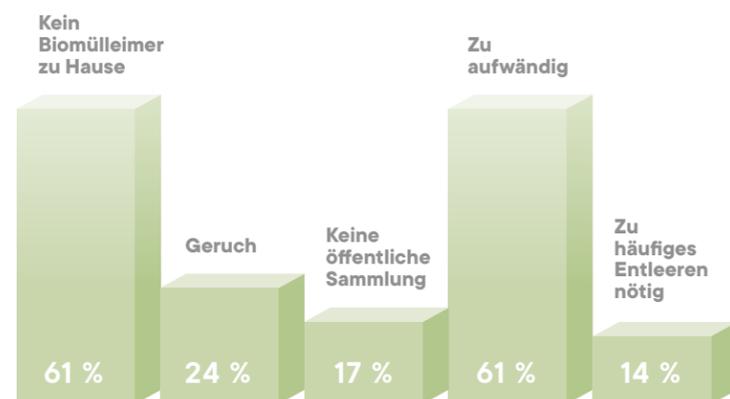
„Das Trennen ist für viele bereits Routine, aber das Gesetz bleibt ein wichtiger Treiber. Wir sind auf dem richtigen Weg,

doch es braucht mehr Aufklärung und einfache Lösungen, um das Sortieren für alle mühelos zu gestalten“, sagt **Annika Sundell**, Head of Innovation and Sustainability bei Walki.

Größtes Hindernis ist das Fehlen eines Biomüllbehälters zu Hause, besonders häufig in kleinen Haushalten und Regionen ohne kommunale Sammlung. Ohne Infrastruktur

**Bioska-Beutel bieten Haushalten eine einfache Möglichkeit Bioabfälle zu sammeln.**

## Gründe, warum kein Biomüll getrennt wird



## Fakten zu Bioska

Die Bioska-Linie von Walki umfasst industriell und im Haushalt kompostierbare Materialien, zertifiziert nach EN 13432. Die Beutel zersetzen sich innerhalb von sechs Monaten und sind in praktischen Küchengrößen erhältlich – eine einfache Lösung, um Biomüll zu sammeln.

fehlt schlichtweg die Motivation. Andere empfinden die Trennung als lästig: zusätzlicher Platzbedarf, Reinigung, häufiges Entleeren, Gestank und Insekten werden ebenfalls als Gründe genannt.

## Systemische Hürden

Die Umfrage bei den Interessengruppen zeigt weiteren Handlungsbedarf, wie stärkere Kooperation, bessere Infrastruktur, intelligente Regulierung und vor allem bessere Kommunikation. „Wir reden oft darüber, wie man trennt, aber zu wenig darüber, warum es wichtig ist“, so Sundell.

Also denken Sie das nächste Mal beim Karottenschälen oder Tellerabräumen daran: Diese kleine Tüte Küchenabfälle ist Teil einer viel größeren Geschichte. Essensreste heizen nicht nur unsere Häuser und liefern Energie – sie nähren auch unsere Felder. **CS**

# Papierverpackung für eine beliebte Schokoladentafel

Walki Westpak hat erfolgreich geprüft, ob sich Kaltsiegellack für Papier-Flowpacks von Schokolade einsetzen lässt. Die Verpackung der Panda-Milchschokolade kann nun im Altpapier recycelt werden.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Walki

**N**ur wenige Dinge lassen unser Herz so schmelzen wie Schokolade, der perfekten Kombination aus Genuss und zarter Textur. Doch für Markenhersteller, die gleichzeitig Schutz und Nachhaltigkeit gewährleisten wollen, ist Schokolade auch eine echte Herausforderung.

Die Ursache liegt in der Zutat, die Schokolade überhaupt erst zur Schokolade macht, nämlich der Kakaobutter. Sie reagiert empfindlich auf Temperaturschwankungen, was zum Schmelzen und zu Fettreif führen kann. Zudem besteht die Gefahr, dass ausgetretenes Fett in die Verpackung eindringt. Daher braucht es fettresistente Barrieren, weshalb Hersteller in der Regel auf Kunststoff- oder Aluminiumfolien setzen, die über starke Barriereigenschaften verfügen. Doch da die Branche verstärkt auf bessere Recyclingfähigkeit achtet, rücken papierbasierte Verpackungen als interessante Alternative in den Fokus.

Orkla Suomi, Teil des norwegischen Orkla-Konzerns, hat deshalb untersucht, ob sich Papierverpackungen auch als Ersatz für die bisherigen PP-Kunststoffhüllen der beliebten Panda-Milchschokolade eignen. Recycelbare Papierverpackungen passen zur Mission des Unternehmens, mit lokalen Marken den Alltag schöner zu machen und nachhaltige Entscheidungen zu erleichtern.

Die Wahl fiel schließlich auf das Barrierepapier Asendo™ Pro von UPM Specialty Papers. Walki Westpak übernahm den Druck und den Auftrag des Kaltsiegellacks, sodass sich die Papierverpackung auf den bestehenden Flowpack-Maschinen von Orkla verarbeiten ließ.

Es war Walkis erste Entwicklung mit Kaltsiegellack auf Papier, der üblicherweise auf Kunststoffolie verwendet wird, da deren Oberfläche besonders glatt ist.

„Eine Papierlösung für Schokolade zu finden, ist wegen des Fetts eine echte Herausforderung. Doch diese recycelbare Verpackung mit Kaltsiegellack ist eine vielversprechende Option“, erklärt **Arto Musakka**, Vertriebsleiter bei Walki Westpak.

Orkla Suomi testet die neue Lösung derzeit in Pilotmärkten. **CS**

Walki half bei der Entwicklung einer papierbasierten Lösung für die beliebte Panda-Schokolade.

„Dies ist Walkis erste Papierverpackung mit Kaltsiegellack.“



# Was gibt es Neues in Pietarsaari?

Seit Walki 2023 Teil der Oji Gruppe wurde, hat das Unternehmen mehrere neue Kollegen in Finnland willkommen heißen. Yusei Kawanami und Shohei Sanada gehören zum Innovationsteam von Walki und haben sich mit ihren Familien in Pietarsaari niedergelassen.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Bildbolaget Du&Vi / Karolina Isaksson

## Lernen Sie Yusei Kawanami kennen

### Was sind Ihre Hauptaufgaben bei Walki?

Als Development Manager gehört die Projektleitung für die Entwicklung von Barrierepapieren zu meinen wesentlichen Aufgaben. Dabei testen wir verschiedene Materialkombinationen, um optimale Eigenschaften zu finden. Das bedeutet tägliche und enge Zusammenarbeit mit unserem F&E-Team, um Herausforderungen zu meistern und das Projekt voranzubringen. Zusätzlich recherchiere ich neue Technologien und Materialien für zukünftige Projekte, besonders solche mit Synergien zu unserer Muttergesellschaft Oji.

### Können Sie uns etwas über Ihren Hintergrund erzählen?

Ich habe Biochemie an der Tohoku-Universität in Japan studiert. Nach meinem Eintritt bei Oji sammelte ich Erfahrung in Bereichen wie Papierherstellung, Beschichtung und Zellstoff. Jede dieser Stationen gab mir praktische Kenntnisse und prägte meine Innovations- und Problemlösungskompetenz. Der Wechsel nach Finnland war beruflich wie privat ein neues Kapitel.

### Wo leben Sie und wie verbringen Sie Ihre Freizeit?

Ich lebe mit meiner Frau und meiner Tochter in Pietarsaari, einer ruhigen und auch praktischen Stadt, denn alles ist so schnell erreichbar. Es ist ein wunderbarer Ort für ein gutes Leben, und ich bin dankbar, dass wir hierherziehen konnten so lange mein Kind noch klein ist. In meiner Freizeit reise ich gern mit der Familie, koche, spiele mit meiner Tochter, lese und genieße die Sauna. Letzten Winter haben wir alle mit dem Eislaufen begonnen. Aber auch Tennis interessiert uns sehr.

### Wie erleben Sie Ihre Arbeit bei Walki und das Leben in Finnland?

Die Tätigkeit bei Walki ist für mich eine sehr positive Erfahrung. Besonders hervorzuheben ist die enge Verbindung zwischen den Kundenanforderungen und der F&E, was für mich als Entwickler sowohl motivierend als auch inspirierend ist. Ich habe verschiedene technische Ansätze und Systeme kennengelernt, die sich deutlich von dem unterscheiden, was ich aus Japan gewohnt war. Es war eine prägende Erfahrung, die meine Art zu Denken herausgefordert und erweitert hat. Kulturell sehe ich einige Gemeinsamkeiten zwischen Japan und Finnland, wie die Wertschätzung der Natur und einen eher introvertierten Kommunikationsstil. Japan wirkt jedoch deutlich geschäftiger, was teilweise auf die höhere Bevölkerungsdichte und den Wettbewerbsdruck im Alltag zurückzuführen ist. Der Berufsverkehr ist hier wesentlich ruhiger und Finnland hat ein Tempo, das ich sehr schätze! 

„Die Arbeit bei Walki war eine prägende Erfahrung, die meine Art zu Denken herausgefordert und erweitert hat.“

 Yusei Kawanami und Shohei Sanada fühlen sich in Finnland wie zu Hause.

## Lernen Sie Shohei Sanada kennen

### Was ist Ihr Titel und Ihre Aufgabe?

Als Development Manager bewerte ich die Recyclingfähigkeit bestehender und in Entwicklung befindlicher Papierprodukte. Dabei analysiere ich Wechselwirkungen, finde Verbesserungsmöglichkeiten und helfe unsere Produkte nachhaltiger zu gestalten. Zudem unterstütze ich die Zusammenarbeit mit Oji, um Synergien zu erschließen.

### Können Sie uns etwas zu Ihrem Hintergrund sagen?

Ich habe Organische Chemie an der Universität Nagasaki studiert und meine Laufbahn im F&E-Zentrum und Werk von Oji begonnen, wo ich neue Zellstoffprodukte entwickelte. Später sammelte ich Erfahrung in der Papierherstellung, -verarbeitung und im Vertrieb, insbesondere im Verpackungsbereich. Diese Kombination aus Spezialisierung und breiter Erfahrung bildet die Grundlage für neue Entwicklungsansätze.

### Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit Walki gemacht?

Ich arbeite hier sehr gern. Das F&E-Team und alle Kollegen sind sehr kooperativ und verfügen über großes Fachwissen. Es ist ein hervorragendes Lernumfeld und ich lerne täglich Neues. Angesichts der rasanten Veränderungen in der Verpackungsindustrie ist es mir besonders wichtig meine Erfahrung einzubringen, um in Zusammenarbeit mit Oji mehr kreislauffähige Lösungen zu entwickeln, die zu einer nachhaltigen Gesellschaft beitragen.

### Wie gefällt Ihnen das Leben in Pietarsaari?

Finnland und Japan teilen kulturelle Werte wie Respekt und Höflichkeit, doch die Atmosphäre ist hier entspannter – etwa mit der Tradition der kahvitauko (informelle Kaffeepausen). Die Work-Life-Balance ist sehr gut und ich bin beeindruckt, wie herzlich mich meine Kollegen aufgenommen haben. Pietarsaari ist eine von Natur umgebene, schöne und internationale Stadt. Ich bin dankbar für die Möglichkeiten, über Schule, Vereine meiner Kinder sowie Sprachkurse Anschluss an die Gemeinschaft zu finden.

### Was machen Sie in Ihrer Freizeit?

Ich spiele gern Fußball und fahre mit meinen Kindern Rad. Außerdem begeistert mich die finnische Saunakultur, sogar Eisbaden habe ich ausprobiert! Auch die finnische Küche reizt mich. *Laskiaispulla* (mit Sahne und Marmelade gefülltes Gebäck) und Munkki mit Sima (Hefekrapfen mit einer Met-Limonade) gehören zu meinen Favoriten. 



# Ein reibungsloser Wechsel

Der Müsliproduzent Allos wollte seine mehrschichten Beutel durch eine recycelbare Alternative ersetzen. Walki entwickelte daraufhin eine Monomaterial-Lösung, die sich reibungslos auf den bestehenden Produktionslinien von Allos verarbeiten lässt.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Allos

Für einen energiegeladenen Start in den Tag gibt es kaum etwas Besseres als eine Portion Müsli – noch besser, wenn es Bio ist, wie das in Deutschland so beliebte Frucht Müsli von Allos. Damit der Müsli auch lange frisch bleibt, braucht es eine effiziente Verpackung. Bisher kam ein Triplex-Laminat zum Einsatz, das sich praktisch nicht recyceln lässt. Daher suchte Allos nach einer nachhaltigeren Monomaterial-Lösung und wandte sich an seinen langjährigen Partner Walki Folian.

Mehrere Herausforderungen mussten dabei gelöst werden. Besonders wichtig war ein Monomaterial, das auf allen, auch den älteren, Produktionslinien problemlos läuft.

„Die reibungslose Verarbeitbarkeit musste auf allen Linien sichergestellt sein, ohne Verringerung der Produktionsleistung“, erklärt **Carina Jagla**, Packaging Procurement bei Allos.

Das Material sollte zudem auf der Außenseite hitzebeständig und mit verschiedenen europäischen Recyclingsystemen kompatibel sein. Auch optische Aspekte spielten eine wichtige Rolle: „Die Oberseite sollte matt bleiben, um den vertrauten Look zu erhalten“, so Jagla.

Um all dies sicherzustellen, wurden zahlreiche

Maschinen- und Lagertests durchgeführt. „Nach rund zwölf Monaten fanden wir schließlich die richtige Lösung“, berichtet Emanuel Bohl, Sales Manager bei Walki Folian.

## Nur geringe Anpassungen

Das Team entschied sich für ein PE-Duplex-Laminat, obwohl es sich beim Abfüllen völlig anders verhält als andere Materialien. „PE ist sehr leicht zu ziehen und zu dehnen und zudem hitzeempfindlicher, aber wir konnten die Siegeltemperaturen problemlos an den neuen Verbund anpassen“, erklärt Jagla.

Der Müslibeutel ist als Quadro-Seal-Beutel konstruiert, was sowohl Stabilität als auch eine hochwertige Optik bietet. Um die Form mit den vier gesiegelten Kanten zu behalten, waren nur kleine Maschinenanpassungen nötig.

Wichtig für Allos war auch, weiterhin wasserbasierte Farben zu verwenden, da Lösungsmittel höhere CO<sub>2</sub>-Emissionen verursachen.

## Reibungslose Zusammenarbeit

Allos gehört zu Ecotone, einem führenden europäischen Unternehmen für Biobiolebensmittel, das besonderen Wert auf Nachhaltigkeit legt. Deshalb will die Gruppe bereits bis 2025 – und nicht wie von der PPWR gefordert bis 2030 – auf recycelbare Materialien umstellen.

„Wir wollen unsere Vorreiterrolle am Markt stärken und unsere umweltbewussten Kunden ansprechen“, sagt Jagla. So erfüllt Allos gleichzeitig auch die Erwartungen der Handelspartner.

Die Zusammenarbeit mit Walki beschreibt sie als unkompliziert:

„Wir konnten proaktiv eine Lösung entwickeln, die genau auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten ist. Damit haben wir einen großen Schritt in Richtung nachhaltiger Verpackungen gemacht und freuen uns auf weitere spannende Projekte mit Walki.“ **CS**

„Die reibungslose Verarbeitbarkeit des neuen Materials musste auf allen Produktionslinien gewährleistet sein, ohne Verringerung der Produktionsleistung.“

☞ Eine große Anzahl an Bio-Müsli von Allos wird in recycelbaren Verpackungen angeboten.



## Komplexe Herausforderung meistern

Jimmy Anderberg ist seit kurzem bei Walki tätig und bringt einen reichen Erfahrungsschatz aus der Verpackungsindustrie mit.

Text Lena Barner-Rasmussen Foto Walki

Mit mehr als drei Jahrzehnten Erfahrung ist **Jimmy Anderberg** eine feste Größe in der Lebensmittel-Verpackungsbranche. Kaum jemand kennt die Schnittstelle zwischen Innovation und praktischer Umsetzung so gut wie er. Mit einem Mix aus Produktionswissen und technischer Expertise hat er es immer wieder verstanden die Brücke zwischen Entwicklung und praktischer Umsetzung zu schlagen.

Seit Januar 2025 verstärkt er Walki als Technical Service & Development Manager für Consumer Packaging. Dort bringt er sein Wissen aus der Zusammenarbeit mit internationalen Marken, seine technische Kompetenz und sein langjähriges Netzwerk mit Maschinenherstellern ein, um neue, recyclingfähige Verpackungslösungen auf den Weg zu bringen.

## Herr Anderberg, wie begann Ihre Karriere?

Ich habe Lebensmitteltechnologie studiert und konnte direkt nach dem Abschluss bei Felix, einer bekannten Marke in Skandinavien, in der Verpackungsentwicklung einsteigen. Über 20 Jahre blieb ich dort, entwickelte mich ständig weiter und arbeitete eng mit Kunden zusammen, um deren spezifische Verpackungsprobleme zu lösen. Dabei lernte ich die Branche bis ins Detail kennen. Danach ging es zu Findus, wo die Optimierung von Produktionslinien im Mittelpunkt stand. Wir entwickelten zahlreiche Prototypen und mein Fokus verschob sich zunehmend darauf, wie unterschiedliche Materialien auf den Linien funktionieren.

## Was reizt Sie an Ihrem heutigen Job bei Walki?

Hier kann ich mein technisches Wissen in die Entwicklung einbringen und gleichzeitig Teil eines Unternehmens sein, das es mit kreislauffähigen Lösungen ernst meint. Gemeinsam mit unse-

ren Werken arbeite ich daran, Monomaterialien und papierbasierte Lösungen zu entwickeln, die recycelbar sind und dennoch alle Anforderungen moderner Lebensmittelverpackungen erfüllen. Besonders gefällt mir, dass ich den gesamten Prozess begleiten darf: vom Testen, über die Entwicklung, bis hin zu Schulungen und der Vernetzung zwischen Partnern. Die gesamte Unternehmenskultur bei Walki empfinde ich als offen und herzlich.

## Nachhaltig und funktional – wie gelingt dieser Spagat?

Indem man nah an der Produktion bleibt. Ich habe nie nur am Schreibtisch gearbeitet, sondern setze auf praxisnahes Troubleshooting direkt an den Maschinen. Über die Jahre habe ich ein starkes Netzwerk mit Verpackungsmaschinenherstellern aufgebaut – viele Kontakte begleiten mich seit 30 Jahren. Das ist unbezahlbar, gerade bei neuen Lösungen. Denn egal, wie innovativ eine Idee ist: Wenn sie nicht auf der Linie funktioniert, hat sie keine Zukunft. Die entscheidende Frage lautet immer: Wie verhält sich dieses Material in der Praxis? Deshalb denke ich nie in Einzelteilen, sondern betrachte stets das gesamte System.

## Wie sieht die Zukunft der Lebensmittelverpackung aus?

Sie ist eindeutig zirkulär. Das ist auch der Grund, warum ich mich bei Walki so wohlfühle. Die Strategie passt perfekt zu mir. Wir müssen Verpackungen so entwickeln, dass sie besser recycelbar sind und mit weniger Material auskommen. Das gelingt nur, wenn Materiallieferanten, Verarbeiter, Maschinenbauer und Markenartikler von Anfang an zusammenarbeiten. Setzt man sich frühzeitig an einen Tisch, können gute Ideen in Lösungen übersetzt werden, die am Ende dann auch wirklich auf den Produktionslinien laufen. **CS**

☞ Jimmy Anderberg verfügt über drei Jahrzehnte Erfahrung in der Verpackungsindustrie.



Walki ist ein internationaler Hersteller nachhaltiger Verpackungen und technischer Materialien. Mit fast 100 Jahren Erfahrung entwickeln wir innovative, ressourceneffiziente Lösungen, die unseren Kunden helfen, ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern – ohne Kompromisse bei Qualität oder Leistung.



Wir schaffen Mehrwert für unsere Kunden in drei Bereichen:



**Consumer Packaging**

Verpackungen, die Produkte schützen, Marken fördern und die Umweltbelastung minimieren.



**Packiging Materials**

Langlebige und recycelbare Materialien für Industrie und Spezialanwendungen.



**Engineered Materials**

Hochentwickelte Materialien für Bau, Dämmung und weitere anspruchsvolle Anwendungen.

Walki unterstützt Kunden in vielen Branchen ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.



Markenartikler & Einzelhandel



Verpackungs-hersteller



Industrie & Logistik



Dämmung & Bauindustrie



Technische Spezial-produkte

**Wir sind nicht nur Lieferant, wir sind Ihr strategischer Partner in Sachen Nachhaltigkeit.**

Bei Walki verfolgen wir das Ziel, Materialien hin zu einer kreislaforientierten und nachhaltigen Zukunft zu transformieren. Wir ersetzen nicht-recyclebare Materialien durch recyclingfähige, kompostierbare oder erneuerbare Alternativen, die langfristige Umweltziele unterstützen. Durch kontinuierliche Innovation und modernste Technologien wollen wir Abfälle reduzieren und die Energieeffizienz entlang der gesamten Wertschöpfungskette steigern. So ermöglichen wir unseren Kunden, ihre Nachhaltigkeits- und Regulierungsvorgaben mit leistungsstarken, zukunftsfähigen Materiallösungen zu erreichen.



Teil der OJI Gruppe



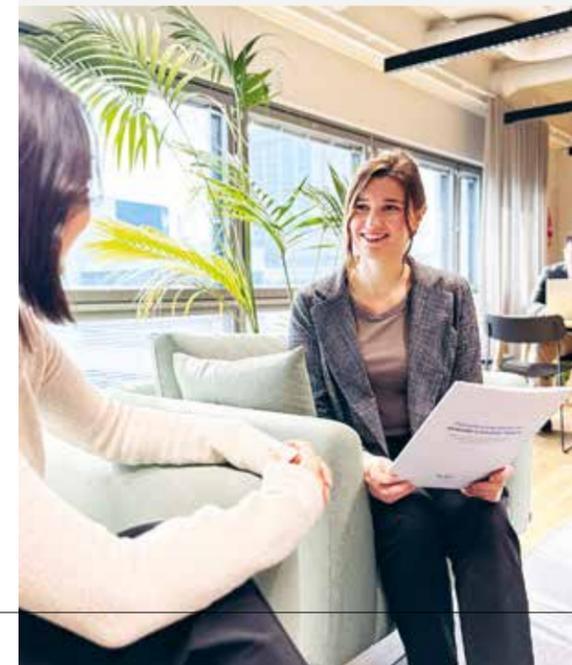
Tätig in 11 Ländern



92 % der gesamten Energie aus erneuerbaren oder nicht-fossilen Quellen



82 % der Verpackungen sind recyclingfähig, kompostierbar oder für Recycling ausgelegt



**Was macht Walki besonders?**

Walki geht über Materialien hinaus und liefert maßgeschneiderte Lösungen für spezifische Anforderungen. Durch enge Zusammenarbeit mit den Kunden gewährleisten wir Geschwindigkeit, Flexibilität und Präzision in jedem Projekt. Mit Innovationen ist Walki führend im Bereich recycelter Materialien, papierbasierter Verpackungen und fortschrittlicher Barrieretechnologien, die helfen, Kunststoff durch kreislauffähige und biobasierte Alternativen zu ersetzen.

Lasst uns gemeinsam eine nachhaltige Zukunft gestalten.



Keilaranta 6, 4th floor  
FIN-02150 Espoo, Finland  
www.walki.com | walki@walki.com  
Tel: +358 (0)205 36 3111

walki



# Entdecken Sie unseren Nachhaltigkeitsbericht 2024



Bei Walki setzen wir uns dafür ein, den Wandel hin zu einer kreislauforientierten und ressourceneffizienten Zukunft zu beschleunigen. Entdecken Sie online unseren CSR-Bericht 2024 und erfahren Sie, wie wir Ambitionen in Taten verwandeln.

[www.walki.com/sustainability.html](http://www.walki.com/sustainability.html)