

## Pressemitteilung

### **Tube des Jahres 2020: Dominierende Themen sind Nachhaltigkeit, verbraucherfreundliche Lösungen und innovative Produktideen**

Ungeachtet der COVID-19-Krise hat die european tube manufacturers association (etma) auch 2020 wieder ihren Wettbewerb Tube des Jahres durchgeführt. Allerdings wurden die Gewinner in diesem besonderen Jahr nicht wie sonst von einer Jury aus den Reihen der etma-Mitgliedsfirmen und im Rahmen der etma Mitgliederversammlung gekürt, da dieses Treffen wegen der Corona-Epidemie abgesagt werden musste. Stattdessen wurden die zum Award eingereichten Tuben im GDA/etma-Office in Düsseldorf durch eine fachkundige Jury aus renommierten Vertretern aus den Bereichen Brand Owner, Tuben- und flexible Verpackungsindustrie, Verpackungsdesign, Marktforschung und Verpackungsmessen bewertet. Sie ermittelten die jeweiligen Sieger in den Kategorien Tuben aus Aluminium, Laminat und Kunststoff, bei den Prototypen und in der Kategorie Nachhaltigkeit.

etma Generalsekretär Gregor Spengler zeigt sich mit der Qualität und dem Ergebnis des Awards zufrieden: „Zuerst einmal bin ich natürlich froh, dass wir mit der spontanen Unterstützung durch die externe Jury trotz aller Widrigkeiten auch in diesem Jahr unseren weltweit vielbeachteten und traditionsreichen Wettbewerb „Tube of the Year“ erfolgreich durchführen konnten. Demonstriert dieser Award doch Jahr für Jahr immer wieder eindrucksvoll die Leistungsfähigkeit und die Innovationskraft der europäischen Tubenindustrie. Gleichzeitig ist er auch ein zuverlässiges Spiegelbild von Entwicklungen und Trends auf den Verpackungsmärkten und speziell im Tubensektor.“ Das, so Spengler weiter, habe auch der etma Award 2020 wieder bestätigt. Zahlreiche verbraucherfreundliche Lösungen und innovative Produktideen zeugen von einer starken Orientierung an den Bedürfnissen der Konsumenten. Vorherrschendes Thema des Wettbewerbs aber war erwartungsgemäß die Nachhaltigkeit von Verpackungslösungen, denn sie ist unerlässlich für den Markterfolg der etma-Mitglieder und die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit der Branche.

Gleich zwei Gewinner gab es bei den Aluminiumtuben. Hier erreichten die Tuben des deutschen Startups Marmetube GmbH, die von Tubex aus Österreich produziert wurden, und die von Alltub France gelieferte Tube für die Handcreme des renommierten Anbieters Miller Harris die exakt gleiche Punktzahl.

Die Gewinnertube für die Marmelade mit einem bemerkenswerten 66prozentigen Fruchtgehalt wurde von Tubex zu 100 Prozent aus post-industrial recycled (PIR) Aluminium hergestellt. Das entspricht dem Selbstverständnis des jungen Unternehmens Marmetube nach Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit. Durch die Verwendung von PIR Aluminium wird die Umweltbilanz der Tube durch einen bis zu 40 Prozent geringeren CO<sub>2</sub> Ausstoß deutlich verbessert. Gleichzeitig bleiben alle bekannten Vorteile der Aluminiumtube erhalten. Sie ist leichter und unzerbrechlich im Vergleich zum Marmeladenglas, das zudem noch schnell verschmutzt. Der exzellente Produktschutz sorgt für lange Haltbarkeit und macht zusätzliche Konservierungsstoffe überflüssig. Ihre praktische Anwendung mit der punktgenauen Dosierung der Marmelade sind ideal für „Food on the Go“. Eine Produktneuheit, die den Nerv der Zeit trifft.

Auch beim anderen Sieger in der Kategorie Aluminiumtube wurde die Entscheidung für eine Tube aus Aluminium ganz bewusst getroffen. Wie bei vielen anderen Luxusanbietern auch setzt man bei Miller Harris bei seiner Premium Handcreme wieder verstärkt auf die Verwendung edler und wertvoller, dabei jedoch gleichzeitig rezyklierbarer und umweltfreundlicher Materialien. Die metallisch golden glänzende Aluminiumtube, die von Alltub France stammt, ist im Retro-Stil gestaltet und mit passenden schwarzen oktagonalen Verschlusskappen ausgestattet. Hervorragend gemeistert wurden die Herausforderungen bei der Bedruckung der Tube. Mit viel Know how und hoher Präzision wurde eine metallisch-goldene Grundlackierung aufgebracht. Nicht weniger akkurat wurden die dünnen und zierlichen schwarzen Textelemente gedruckt. Erst diese perfekte Kombination aus goldenem Glanz und der feinen schwarzen Schrift erzeugen die elegante Anmutung und den luxuriösen Look der Aluminiumtube für die Scherzo Range von Miller Harris.

Bei den Laminattuben belegte die Canesten<sup>®</sup>-Tube von Bayer, die von der schweizerischen Hoffmann Neopac AG produziert wurde, den ersten Platz. Bislang wurde die Creme zur Behandlung von Fußpilz mit einem herkömmlichen Schraubverschluss angeboten. Vielen Patienten war es jedoch unangenehm, die zu behandelnde Stelle zu berühren, zumal das Auftragen der Creme mit dem Fingern im Bereich zwischen den Zehen durchaus schwierig ist und auch zu zusätzlichen Irritationen der befallenen Haut führen kann. Mit dem weichen Spatel-Applikator kann der Fußpilz nun ganz ohne Fingerkontakt behandelt werden, die Anwendung wird wesentlich einfacher, schonender und hygienischer. Das Polyfoil<sup>®</sup>-Laminat schützt das Produkt vor Licht-, Luft- und Wasserdampfdiffusion und verhindert Migrationen. Beim Verbraucher kommt diese moderne und innovative Verpackung offenbar gut an: In einem Markttest bewerteten 90 Prozent der befragten Testpersonen die bequeme und einfache Applikation positiv.

Auch in der Kategorie Kunststofftuben trug eine Tube der Hoffmann Neopac AG den Sieg davon, nämlich die Farfalla Haarpflegtube. Farfalla steht für ein Lebensgefühl von Wohlbefinden und Lebensfreude und bietet ausschließlich natürliche und vegane Schönheitsprodukte an. Damit passt die ausgezeichnete Tube perfekt zur Produktphilosophie, besteht die co-extrudierte Tube doch zu 50 Prozent aus post-industrial recycled (PIR) Kunststoffmaterial. Das führt zu einem verringerten CO<sub>2</sub> Fußabdruck und insgesamt weniger Umweltbelastung über den gesamten Lebenszyklus der Tube. Sie ist im Übrigen für den Lebensmittelkontakt zertifiziert und von der FDA zugelassen. Nicht zuletzt zeigt die Farfalla Tube eindrucksvoll, dass Nachhaltigkeit und ein attraktiver Look durchaus zusammengehen: Die ansprechende Optik im gelungenen Design wurden in einem 8-Farben Offset, einem zweifarbigen Siebdruck und einer goldenen Heißfolien-Prägung erzielt.

Zum Sieger bei den Prototypen kürte die Jury die „Green Tube“ von Alltub Italia. Sie besteht aus 95 Prozent post-consumer recycled (PCR) Aluminium. Die Verwendung von PCR beeinträchtigt die positiven Eigenschaften der Tube und ihre hervorragende Performance in keiner Weise: Alle Vorteile rund um den Produktschutz bleiben erhalten, und alle anderen Anforderungen und Erwartungen von Verbraucherseite werden nach wie vor perfekt erfüllt, ganz gleich um welches Produkt es sich auch immer handelt. Denn für die „Green Tube“ können die gleichen Verschlüsse, Innenlackierungen und dieselben Kombinationen unterschiedlichster Druckmöglichkeiten verwendet werden, wie sie auch bei Tuben aus jungfräulichem Aluminium zum Einsatz kommen. Für diesen Prototypen der „Green Tube“ wurde zur Veredelung ein transparenter Grundlack auf Wasserbasis verwendet, um die natürliche Anmutung des Aluminiums zu betonen. Damit wird die ökologische Ausrichtung der Tube nochmals unterstrichen. Ergänzt und abgerundet wird diese Gestaltungslinie durch ein Landschaftsmotiv, das bei Gestaltung und Design die Philosophie der Tube auch optisch ansprechend auf den Punkt bringt.

In der Kategorie Nachhaltigkeit gewannen die Tuben SUPERCOCO und SUPERGREEN, eine vegane Zahnpasta der Firma happybrush GmbH. Beide Tuben wurden von der Essel Deutschland GmbH & Co. KG einem Unternehmen der Essel Propack Ltd. hergestellt. Die Laminattuben haben einen post-consumer recycled (PCR) Kunststoffanteil von 30 Prozent. Eine sehr anspruchsvolle und komplexe Aufgabe, da die Barriere-Eigenschaft der Tube erhalten bleiben und sie nach jedem Gebrauch auch immer wieder ihre ursprüngliche Form annehmen soll. Zwar liegt der Anteil von PCR bei klassisch extrudierten Tuben mit PCR meistens bei 50 Prozent. Aber dennoch spricht die Öko-Bilanz für die happybrush®-Tube. Denn neben der Verwendung von 30 Prozent PCR wird durch die geringere Wandstärke der Tube auch ihr Gewicht um weitere 30 Prozent reduziert. Das bedeutet unter dem Strich dann eine bemerkenswerte Gesamtersparnis von 60 Prozent neuer Ressourcen. Ökologische Gesichtspunkte beeinflussten dann auch das bewusst reduzierte Design der Tuben. Man entschied sich für eine Flexo-/Siebdruck Kombination mit drei Farben und einem Mattlack. Die beiden Produktnamen sowie die runden Grafikelemente im oberen Bereich der Tube wurden mit einem Siebdruck-Relieflack veredelt. Im Sinne der Nachhaltigkeit wurde die Zahl der verwendeten Farben geringgehalten und auch auf weitere mögliche Veredelungsoptionen verzichtet.

Düsseldorf, 12. August 2020

Kontakt:

Gregor Spengler

Leiter Verpackung im Gesamtverband der Aluminiumindustrie e. V. (GDA)

etma Secretary General