Berglandmilch schreibt Erfolgsgeschichte mit zukunftsweisenden Glasverpackungen von Vetropack

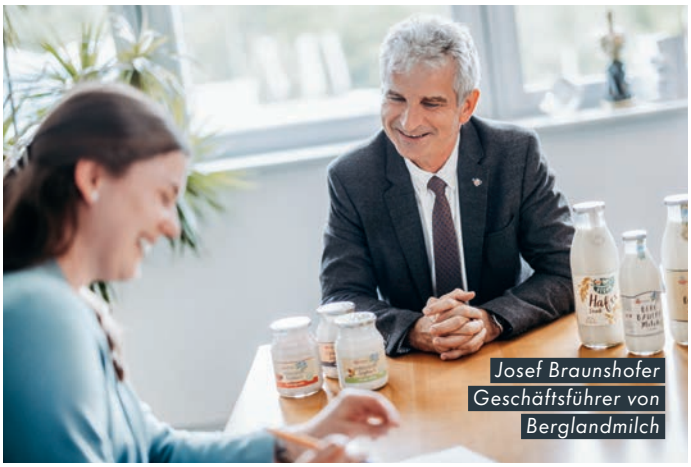
vetropack

Beste Milchprodukte in nachhaltiger Verpackung

Mit der Wiedereinführung von Milch in Glasflaschen im Jahr 2018 traf Berglandmilch eGen, das grösste Molkereiunternehmen Österreichs, den Nerv der Zeit: Zunächst mit Einweg gestartet, liefert Berglandmilch inzwischen in der 1-Liter- und 0,5-Liter-Mehrwegflasche – sowie darüber hinaus eine Reihe weiterer Milchprodukte-Gläser in verschiedenen Grössen, auch mit Platinenverschluss.

Eine der grössten Molkereien Mitteleuropas kommt aus Österreich: Seit ihrer Gründung im Jahr 1995 ist Berglandmilch stetig gewachsen und vereinigt mittlerweile über 8800 Bauern unter einem Dach. Das Besondere: Diese sind direkt Eigentümer der eingetragenen Genossenschaft (eGen) – dabei kümmert sich jeder Milchbauer um im Schnitt nur etwa 20 Kühe. Mit einem Umsatz von etwa 1,2 Mrd. Euro (2022), landesweit bekannten Marken wie Schärdinger, Tirol-Milch, Latella und Stainzer und etwa 1500 Mitarbeitenden liefert Berglandmilch Milch und Milchprodukte wie Käse, Butter und Joghurt nach Österreich und darüber hinaus, zum Beispiel nach Deutschland und Italien. In acht Werken werden pro Jahr etwa 1,3 Mrd. Kilogramm Milch verarbeitet.

Das Thema Nachhaltigkeit ist für ein naturnah produzierendes Unternehmen wie Berglandmilch natürlich entscheidend. «Als Branchenführer wollen wir hier Vorreiter sein», sagt Josef Braunshofer, Geschäftsführer von Berglandmilch und seit



Josef Braunshofer
Geschäftsführer von
Berglandmilch

21 Jahren im Unternehmen. «Dazu gehören gentechnikfreie Produkte, die Sorge ums Tierwohl und dass unsere Milchbauern keine Futtermittel aus Übersee verwenden. Natürlich spielen auch die Verpackungen eine grosse Rolle innerhalb der Wertschöpfungskette.

Die Milch ist zurück in der umweltfreundlichen Mehrwegflasche

Berglandmilch entschied sich deshalb schon 2017, wieder in Richtung Glas bei den Verpackungen zu gehen. Für die Zusammenarbeit erhielt Vetropack den Zuschlag. Gemeinsam wurden zunächst eine 1-Liter-Einwegflasche für Milch und ein 450-Gramm-Joghurtglas entwickelt und auf den Markt gebracht. «Der Erfolg war grösser als erwartet», so Braunshofer weiter. «Vielen Kunden fiel besonders der Geschmack positiv auf. Da Glas inert ist, reagiert es nicht mit dem Inhalt. Es gab Kunden, die über die Milchflasche wieder zum Milchtrinken zurückgekehrt sind.»

«Der Erfolg war grösser als erwartet. Vielen Kunden fiel besonders der Geschmack positiv auf.»

Josef Braunshofer

Auch das erste Joghurtglas von Vetropack und Berglandmilch wurde sehr gut angenommen – nur zwei Jahre später wurden so insgesamt bereits über 25 Mio. Glasgebinde jährlich produziert. Doch war das nur der erste Schritt einer bemerkenswerten Erfolgsgeschichte: «Noch nachhaltiger ist Glas natürlich im Mehrwegsystem. Obwohl wir erst skeptisch waren, zum Beispiel wegen der aufwendigeren Reinigung bei Milchprodukten, sind wir dann doch diesen Schritt gegangen und haben es nicht bereut – die Umsätze sind sogar noch gestiegen», freut sich Braunshofer. Produziert, gereinigt und wieder befüllt (min. 12 Mal) werden die Glasgebinde an drei Standorten in Österreich: Wörgl, Aschbach und Voitsberg, so dass sie nie Strecken von mehr als 250 Kilometer zurücklegen müssen – auch das ein Pluspunkt in Sachen Ressourceneffizienz.

Gute Zusammenarbeit sichert den Erfolg mit Glas

Insgesamt mehr als 50 verschiedene Produkte mit Glasverpackung werden nur fünf Jahre nach Lieferbeginn aktuell angeboten. Ein besonderes Highlight war für Elisabeth Eckmayr, Produktmanagerin bei Vetropack, die Entwicklung der Snackgrösse bei den Joghurtgläsern: «Die Gläser werden nicht durch einen klassischen Twist-off Deckel verschlossen, sondern durch eine Platine. Das Produkt ist so sicher verschlossen bei gleichzeitiger

© Daniela Koepp

signifikanter Reduktion des Gesamtverpackungsgewichts.» Für dieses Projekt gab es 2022 sogar eine Nominierung beim österreichischen Staatspreis Smart Packaging. Braunshofer kommentiert: «Die Vorteile von Glas liegen auf der Hand und gerade die jungen Generationen sehen es als die hochwertigste Verpackung an, die den Inhalt am besten schützt und zur Geltung bringt.»

Berglandmilch will Glasverpackungen weiter vorantreiben und sowohl das Sortiment als auch die Märkte ausbauen. Josef Braunshofer resümiert: «Es geht für uns aktuell darum, die Vorteile von Glas noch stärker herauszustreichen und die bestehende Produktpalette zu optimieren. Weiteres Potential sehe ich auch in der Weiterentwicklung der Partnerschaft mit Vetropack. Die Zusammenarbeit mit den Ansprechspartnern ist sehr flexibel, unkompliziert und kundenorientiert. Wenn es uns gelingt, die Prozesse zwischen Berglandmilch und Vetropack noch stärker aufeinander abzustimmen und vorauszuplanen, sind sicher weitere Effizienz- und Nachhaltigkeitsgewinne möglich. Glas ist in unserem Portfolio eine Nische, allerdings eine grosse, mit der wir sehr zufrieden sind. Wir werden auch weiterhin auf Glas setzen.»