

Presse-Information

Grau ist das neue Bunt: Phoenix Contact setzt auf unbedruckte Verpackungen

(09/24)

Phoenix Contact stellt seine Artikelverpackungen national und international auf unbedruckte Faltschachteln um. Die Verpackungen sind damit wiederverwendbar - ganz im Sinne einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft.

Die über viele Jahrzehnte bunt bedruckten Verpackungen von Phoenix Contact gehören künftig der Vergangenheit an. Statt der Farben Maigrün und Blaugrün sowie der Signalkette als bekanntes Formzeichen bestimmen unbedruckte Verpackungen die Zukunft. Die Hauptgründe für die Umstellung sind Nachhaltigkeit und Versorgungssicherheit.

Die Umstellung hat weder Auswirkungen auf die technischen Eigenschaften der Verpackungen noch auf Abmaße oder die automatisierten Prozesse. Vielmehr verfolgt Phoenix Contact innerhalb der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie das Ziel, die Ressourceneffizienz zu verbessern und CO₂ einzusparen. „Unbedruckte Verpackungen sind besser für die Recycling-Kreisläufe, da keine Farbe mehr zu Verunreinigungen führt“, erklärt Christin Schlieker, Projektleiterin in der Logistik am Hauptstandort Blomberg. Weiterhin lassen sich die Artikelverpackungen ohne aufwändiges Branding auch außerhalb von Phoenix Contact besser weiterverwenden.

Aus Blickrichtung der Materialverfügbarkeit sind unbedruckte Faltschachteln zudem im internationalen Warenverkehr schneller, mit weniger Transportaufwand und vor allem auch lokal verfügbar. Christin Schlieker: „Wir brauchen den Fokus nicht mehr auf unseren Druck zu legen, sondern können uns auf die Verbesserung der Recycling-Fähigkeit und der technischen Eigenschaften konzentrieren. Hierauf legt Phoenix Contact bereits seit Jahren großen Wert.“

Ganz ohne Logo gehen die Produkte von Phoenix Contact auch nach der schrittweisen Umstellung nicht in die Welt. Das Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe nutzt das Produktetikett gleichzeitig zur Erkennung der Marke. Die Transportverpackung wird außerdem mit einem neu designten Papierklebeband aus faserverstärktem Papier verschlossen, das das Phoenix Contact-Logo trägt.

Press Release

Gray is the new color: Phoenix Contact moves over to unprinted packaging

(09/24)

Phoenix Contact is changing its item packaging over to unprinted folding cartons, both nationally and internationally. The packaging can therefore be reused – in the spirit of a sustainable circular economy.

The colorful packaging used by Phoenix Contact for decades will soon become a thing of the past. Unprinted packaging is the way into the future, replacing the colors May Green, Blue-Green, and the familiar brand mark, the signal chain. The main reasons for the changeover are sustainability and security of supply.

The changeover does not affect the technical properties of the packaging, nor does it affect the dimensions or automated processes. With this step, Phoenix Contact continues to pursue the goal within its own sustainability strategy of improving resource efficiency and reducing carbon emissions.

“Unprinted packaging is better for recycling chains because the omission of ink reduces contamination,” explains Christin Schlieker, Project Manager in Logistics at the head office in Blomberg, Germany. Furthermore, the item packaging without elaborate branding can also be more easily reused beyond Phoenix Contact.

From the perspective of material availability, unprinted folding cartons are also available more readily within the international goods arena, with less transportation effort, and above all locally. Christin Schlieker goes on to say, “We no longer need to focus on our printing, rather we can focus on improving the recyclability and technical properties. Phoenix Contact has been committed to this for years.”

Even after the gradual changeover, Phoenix Contact products will not be released into the world without a logo. The company from Ostwestfalen-Lippe, Germany, will be using the product label for brand recognition instead. The transport packaging will also be sealed with a newly designed adhesive tape made from fiber-reinforced paper featuring the Phoenix Contact logo.

Press Release