



Die Richtung stimmt wieder

Seit der Sanierung 2019 geht es für Alufix steil bergauf – nach der IFS-Zertifizierung gab man nun den Launch einer nachhaltigen Produktlinie bekannt. Im Bild: das Werk in Wiener Neudorf.

Alufix launcht grüne Produktlinie

„Green Nature“ startet im Herbst mit umweltschonender Alufolie, Backpapier, Frischhaltefolie und Müllsäcken.

WIENER NEUDORF. 1964 gegründet, musste die österreichische Traditionsmarke Alufix im März 2019 Insolvenz anmelden. Ein oberösterreichisches Konsortium übernahm, Alufix konnte saniert werden – und seither ist das Unternehmen wieder auf Erfolgskurs: Im Vorjahr wurde eine deutliche Aufstockung der Belegschaft bekannt gegeben, im Mai die hohe Produktqualität erstmals mit der IFS-Zertifizierung bestätigt (Alufix-CEO Clemens Moritzer: „Ein Meilenstein in unserer Firmengeschichte“) – und nun wurde auch noch eine neue nachhaltige Produktreihe präsentiert.

Recycelt und ungebleicht

„Green Nature“ startet im Herbst mit Alufolie aus 98% recycelten Rohstoffen, Backpapierbögen aus 100% ungebleichtem und heim-kompostierbarem Papier, Frischhaltefolie aus über 60% nachwachsenden Rohstoffen,

25 l-Müllsäcken aus über 40% nachwachsenden Rohstoffen und 45 l-Müllsäcken aus über 98% LD-Regenerat.

Kernsortiment unberührt

„Biologisch abbaubare Produkte sowie das Thema Recycling spielen bei der Kunststoffherzeugung eine immer wichtiger werdende Rolle. Mit ‚Green Nature‘ führen wir erstmals in der Geschichte von Alufix eine Marke ein, die eine Vielzahl von nachhaltigen Artikeln unter einem gemeinsamen Dach vereint“, so Moritzer. Kostentechnisch soll die grüne Produktlinie rd. zehn bis zwölf Prozent über dem Kernsortiment liegen.

Mit dem Launch einer eigenen nachhaltigen Linie wolle man bewusst ein Zeichen setzen. Mittelfristig ist eine Erweiterung des grünen Sortiments geplant, aber: „Die Umstellung tiefgreifender Produktionsprozesse funktioniert nicht von heute auf

morgen.“ Es bedürfe permanenter Optimierungen, Überprüfungen und Testungen, man wolle „bewusst nichts übereilen“ und setze eher auf „konstante Verbesserung der erzeugten Produkte anstatt Schnellschüsse“. In diesem Sinne entschloss man sich, „zunächst einmal die wichtigsten Topseller als nachhaltige

Variation anzubieten“ – parallel zum unverändert weiterbestehenden bisherigen Sortiment.

Launch im Herbst

Nach letzten Optimierungen soll die grüne Produktlinie voraussichtlich ab Ende September im LEH erhältlich sein. Vorerst steht der österreichische Markt im Fokus, ein internationaler Rollout folgt.

Alufix beschäftigt aktuell rund 120 Mitarbeiter in der Zentrale in Wiener Neudorf, in der Gruppe etwa 400 Mitarbeiter. Insgesamt betreibt man drei Produktions- und zehn Vertriebs- und Logistikstandorte. Neben dem Handel zählen Hotellerie, Gastronomie und Catering sowie die Industrie (Krankenhäuser, Reinigungsfirmen) zu den wichtigsten Zielgruppen des Unternehmens. (haf)



„Green Nature“ Die neue, nachhaltige Produktlinie von Alufix.