

Obal v běhu času a trendů

Odvětví obalů se vždy znovu přizpůsobovalo společenským trendům. Obojí tak charakterizovalo vzájemné působení.



Německý pojem Verpackung (tj. „obal“) je odvozen ze slova Pack, který podle Klugeho Etymologického slovníku německého jazyka pochází jako pak či packe ze střední dolní němčiny. Toto označení pak dále vychází ze středonizozemského pac, doloženého ve 12. století. Tímto pojmem se původně označovaly otepi a svazky, v nichž bylo zvenčí svázáno několik naskládaných věcí. Termín pac se poprvé objevuje ve flanderském vlnařství a používá se současně jako jednotka počítaného zboží. Pojem pac byl převzat i do dalších jazyků, třeba do italštiny jako pacco, do angličtiny jako pack a do francouzštiny jako paquet.

V německé jazykové oblasti se slovo Verpackung začalo používat v odborné i hovorové řeči jako souhrnný název pro veškeré obalové prostředky teprve ve druhé polovině 19. století. Další pojem, který se i v německém jazykovém prostoru dlouho používal jako synonymum pro „obal“, je „Emballage“. Toto francouzské slovo pochází vlastně ze

středohornoněmeckého balle – „svazek“, později se však používalo obecně pro celý obalový sektor. V německém jazykovém prostoru měl tento pojem význam především v obchodnickém provozu a jako pojmenování obalových prostředků z tenkého plechu ve formě plechových obalů se udržel až do druhé poloviny minulého století.

Tyto příklady ukazují, co obaly dokážou a že to bez nich nejde. Asi devadesát procent všeho zboží potřebuje nějaký obal. Na jednom z nejlepších míst v mezinárodní konkurenci obalových prostředků se umísťuje skládaná krabíčka, především při balení potravinářského, kosmetického nebo farmaceutického zboží.

Obchod se postupně stal jedním z nejdůležitějších faktorů ovlivňujících provedení obalů. S rozvojem obchodního podnikání se měnily i úkoly obalu v obchodu. Čím rozvinutější je tržní ekonomika, tím vyšší jsou i požadavky na obal. Můžeme tedy s napětím očekávat, jak se budou obaly dále vyvíjet v epoše e-commerce a další digitalizace.

Jedno je jasné, díky internetovému obchodu zažívají ohromný boom přepravní obaly. A potenciál pro vývoj obalů spočívá ve vytváření řešení pro bezpečnou přepravu, uživatelsky příjemná

a materiálově úsporná. Na pořadu dne je také trend používání trvale udržitelných a ekologicky nezávadných obalových materiálů. Tento vývoj se bude odrážet i v procesech výroby v obalovém odvětví. Menší velikosti výrobních partií, individuálnější řešení obalů, rostoucí nároky na kvalitu a digitální prvky změní naše výrobní provozy. Proto se naše investice pro rozvoj závodů, realizované v posledních letech, zaměřují s výhledem do budoucnosti podle tohoto vývoje.

Tento vývoj představuje hluboký a trvalý trend. Ano, tento vývoj je opravdu citelný a bude výrazně utvářet náš společenský rozvoj v digitální epoše.

Zdroj: Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung e.V. / Hüthig Verlag

