



Aktuelle Marktsituation der Verpackungsindustrie und Aussichten bis 2010

2005 hat die internationale Fachmesse EMBALLAGE mit Unterstützung der größten Branchenverbände das so genannte Observatoire de l'Emballage ins Leben gerufen. Ziel ist es, Markttrends und -perspektiven der verschiedenen Branchenzweige der Verpackungsindustrie in Frankreich zu reflektieren. Unter Berücksichtigung von Problemen und Erwartungen der Fachleute bietet dieses „Beobachtungsorgan“ einen zukunftsorientierten Überblick über die Welt der Verpackung.

Im Rahmen der Untersuchung 2007 wurden 378 Branchenvertreter befragt (238 Einkäufer und 140 Lieferanten).

Optimismus bei Lieferanten und Einkäufern der Branche hinsichtlich mittelfristiger Produktionswerte

⇒ **Pharmazie und Kosmetik/Parfümerie sind die ertragreichsten Sparten** und bestätigen somit den Trend 2005, dicht gefolgt von der Lebensmittel- und Flüssiglebensmittelindustrie. Das Wachstum wird in den Bereichen Automobil, Luftfahrt und Investitionsgüter schwächer ausfallen.

Im Allgemeinen sind die Einkäufer hinsichtlich ihrer eigenen Produktionswerte optimistischer als die Lieferanten, vor allem in den Bereichen Schönheit/Gesundheit, Lebensmittel und sonstige Konsumgüter.

So erwarten 59% der Verpackungseinkäufer und 49% der Verpackungshersteller ein Wachstum im Bereich Gesundheit/Pharmazie, 58% der Einkäufer und 45% der Hersteller ein Wachstum in der Kosmetikbranche sowie 57% der Einkäufer und 45% der Hersteller ein Wachstum im Bereich Lebensmittelindustrie (ohne flüssige Lebensmittel).

⇒ Die Lebensmittelindustrie ist jedoch nach wie vor der Hauptabsatzmarkt für Verpackungs- und Ausrüstungshersteller. Für Letztere ist dabei die Lebensmittelindustrie ohne Flüssigkeiten der wichtigste Bereich.

Papier und Karton werden am häufigsten verwendet – Kunststoff hat die besten Wachstumschancen

Während **Papier und Karton nach wie vor den größten Marktanteil in der Verpackungsindustrie darstellen** (45% des Gesamteinkaufsvolumens), **weisen Kunststoffverpackungen mittelfristig die besten Wachstumsperspektiven auf** (60% der befragten Einkäufer wollen hier ihre Einkäufe ausbauen). Danach kommen Papier und Karton (+46%) sowie Glas (+36%). Die Zahlen für Metall und Holz werden stabil bleiben. Die Hersteller teilen diese Ansicht, 82% der Hersteller von Kunststoffverpackungen beabsichtigen, ihre Produktion auszubauen.

Steigende Exporte bei Einkäufern und Anbietern

Die Mehrheit der Einkäufer (58%) geht von steigenden Exportzahlen aus. Die Exportländer bleiben größtenteils europäisch: allen voran Deutschland, dann Großbritannien, Belgien, Spanien und Italien. Außerhalb Europas sind die USA und China die wichtigsten Exportländer.

Die Lieferanten zeigen sich ebenfalls größtenteils optimistisch hinsichtlich ihrer Exportaussichten.

Die Verpackungshersteller konzentrieren sich weiterhin vor allem auf die europäischen Märkte (58%). Danach folgen der Maghreb, die USA, Asien und Russland. Die Hersteller von Verpackungen aus Metall, Papier und Karton sowie von komplexen Verpackungen sind dabei besonders optimistisch in Bezug auf ihre Exporttätigkeit.

Ausrüster exportieren insbesondere Abfüllanlagen und Endbearbeitungsvorrichtungen. Europa stellt für 45% der Hersteller den dynamischsten Markt dar. Aber die Vereinigten Staaten und Kanada sowie Nordafrika, Indien und Südamerika weisen ebenfalls bedeutende Potenziale auf.

Der Markt bleibt europäisch, obwohl China im Kommen ist

Verpackungseinkäufer kaufen weiterhin hauptsächlich in Frankreich (55%) ein, es folgen Italien (10%), Deutschland (6%) und China (5%).

Bei den Lieferanten wurden Deutschland und Italien als Hauptwettbewerber genannt, vor allem bei den Maschinen- und Anlagenherstellern. Danach folgt Spanien. Verpackungshersteller nannten danach Belgien und China, Maschinen- und Anlagenhersteller China und die USA.

Lieferanten haben Probleme, Renditen zu konsolidieren

Verpackungshersteller sind seit einigen Jahren in der Produktvorstufe (Rohmaterialpreis) sowie in der nachgelagerten Handelsstufe einem starken Preisdruck ausgesetzt. So beklagen 40% einen Rückgang der Umsatzrendite in 2006, während laut 31% eine höhere Rendite zu verzeichnen war. Der Bereich Papier/Karton hat weniger gelitten als Kunststoffverpackungen. Metallverpackungen blieben stabil.

Maschinen- und Anlagenhersteller verzeichneten einen eher stabilen Trend (46,5% sprachen von einer stabilen Rendite in 2006).

Der **Verkaufspreis** ist der Wirtschaftsfaktor, der die Geschäftstätigkeit mittelfristig am meisten beeinflussen wird, gefolgt von den Rohstoffen für die Verpackungsproduktion. Lohnkosten sind ebenfalls ein bedeutender Faktor, während die Energiekosten im unteren Drittel rangieren.

Maschinen- und Anlagenhersteller konzentrieren sich auf F&E

F&E und Design sind die wesentlichen Entwicklungspfade, die von den Maschinen- und Anlagenherstellern genannt wurden. Danach kommt die Ausweitung der Geschäftstätigkeit auf andere Kundenbereiche (wurde im Jahr 2005 am meisten genannt) und schließlich die Exporttätigkeit in neuen Ländern.

In Frankreich **dürften die Arbeitsplätze** mittelfristig **sicher sein**, bzw. ihre Anzahl dürfte noch steigen. Die **Investitionen** hingegen steigen bei den Verpackungsherstellern (70,5%) und bleiben bei Maschinen- und Anlagenherstellern (51%) eher auf konstantem Niveau.

Nachhaltige Entwicklung an der Spitze bei Verpackungsinnovationen

Für Einkäufer und Hersteller sind **nachhaltige Entwicklungen und Öko-Design die wesentlichen Innovationsfaktoren für Verpackungen**, gefolgt von gesetzlichen Bestimmungen und Normen (insbesondere laut der Einkäufer) und dem Wandel von Konsumgewohnheiten und Vertriebsformen.

Verbraucher spielen eine wachsende Rolle

Verpackungsfachleute sind der einhelligen Meinung, dass **dem Verbraucher in Verpackungsfragen ein stetig wachsender Einfluss** zukommt. Rohstoffhersteller werden ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Branchenentwicklung spielen. Danach kommen Händler, Handelsmarken und Herstellermarken, während die öffentliche Hand und Designagenturen ihren Einfluss nur in geringem Maße vergrößern können.

Partner und Mitglieder des Observatoire de l'Emballage:

CETIE, Internationales Zentrum für Abfüll- und Verpackungstechnik

CLIFE, Verbindungsausschuss der französischen Verpackungsindustrie

CNE, Nationaler Rat der Verpackungsindustrie

CSEMP, Kunststoffverpackungen und -folien

FEDERATION FRANCAISE DU CARTONNAGE, Kartonagen

PROCELPAC, Papier- und Kartonverpackungen

SEILA, Industrieverpackungen und entsprechende Logistik

SCIPAG EMBALCO, Verband der Hersteller von Maschinen für die Karton-, Grafik-, Verpackungsindustrie

SECIMEP, Verband der Außenhandelsunternehmen für Verpackungs- und Verfahrenstechnik

SFIFA, Stahlfässer

SIEL, leichte Holzverpackungen

SNFBM, Metallverpackungen

SYPAL, Holzpaletten

UNITES, flexible Verpackungen

Stimmen von Vertretern des Observatoire

⇒ **Françoise Gerardi, Generalbeauftragte des CSEMP** (Verband der Hersteller von Kunststoffverpackungen) **und des UNITES** (Nationaler Zusammenschluss der Verarbeitungsindustrie von flexiblen Verpackungen)

Öko-Design ist eine der markantesten Innovationen im Bereich der Kunststoff- und flexiblen Verpackungen. Leichtere Verpackungen sind nach wie vor ein wichtiger Punkt. Technische Weiterentwicklungen in diesem Bereich haben zu erheblich weniger Verpackungsgewicht geführt. Öko-Design steht ebenfalls für recyclebare Kunststoffverpackungen. Der Cotrep (technischer Ausschuss zur Wiederverwertung von Kunststoffverpackungen) bestätigt, dass Maßnahmen zur Optimierung der Verwertbarkeit von Verpackungen umgesetzt worden sind. Aus wirtschaftlicher Sicht sind die Renditen der Branche in den letzten Jahren stark zurückgegangen und sie finden nicht zum Normalniveau zurück. Die Rohstoffpreise belasten die Bereiche Kunststoff- und flexible Verpackungen in hohem Maße. Es besteht große Unsicherheit über die Preisentwicklung von Kunststoffen in 2008.

Biokunststoffe bilden noch einmal einen anderen Entwicklungs- und Innovationspfad in den kommenden Jahren, ihr Hauptmerkmal ist die Erneuerbarkeit.

⇒ **Olivier Draullette, Leiter Entwicklung beim ONDEF** (Wellpappenverpackungen Frankreich)

Das aktuelle Konjunkturklima in Frankreich bleibt ein Problem für die Wellpappenindustrie, denn der relative Anteil der französischen Exporte ins europäische Ausland sinkt kontinuierlich. Auch wächst der Produktionsindex der französischen Industrie langsamer als der EU-Durchschnitt.

Darüber hinaus leben wir seit zwei Jahren mit kontinuierlich steigenden Preisen für Rohstoffe und Energie sowie für die meisten anderen Segmente der Verpackungsindustrie (Druckfarbe, Klebstoffe, Paletten, aber auch Transport und Arbeitskräfte). Daher hinkt unsere Industrie immer hinterher, denn sie ist einfach nur damit beschäftigt, die Preiserhöhungen der Produktvorstufe umzuverteilen.

Aber andererseits kann die Wellpappenindustrie der Zukunft wirklich gelassen entgegensehen. Das Thema „nachhaltige Entwicklung“ wird in den Mittelpunkt gerückt und der Öffentlichkeit bewusst machen, dass unsere Verpackungen, die seit jeher aus 100% natürlichen, erneuerbaren Rohstoffen gefertigt werden, recyclebar und bereits x Mal recycelt worden sind, ihren zunehmend berechtigten Platz in der Gesellschaft des 21. Jahrhunderts haben.

Auch sind Kreativität, Dynamik und Flexibilität von Unternehmen aus dem ganzen Land bemerkenswert, die innovative Produkte und Lösungen in allen Bereichen anbieten: Angefangen bei der Industrieproduktion mit Einkomponentenmaterialien, die ein außergewöhnliches Gewichts-/Leistungsverhältnis aufweisen, bis hin zu Konsumprodukten mit ultraschnellen, sehr effizienten Verpackungslösungen, in die modernste Rückverfolgbarkeitstechniken integriert werden. Weiterhin ein breit gefächertes Angebot an leichten und recyclebaren Paletten für die Transportindustrie bis hin zum Endverbraucher mit verkaufsfertigen Verpackungen, die die logistische Produktivität und das Einräumen in

Regale verbessern, die Produkte aufwerten und den Verbrauchern in den Geschäften schnelle Informationen bieten.

⇒ **Paul Carpentier, Generalsekretär des SCIPAG EMBALCO** (Verband der Hersteller von Maschinen für die Papier-, Karton-, Druck-, Grafik-, Verpackungsindustrie)

Laut der vom SESSI veröffentlichten Zahlen (Branchencode 292F) beläuft sich der französische Umsatz auf einen Wert von annähernd 600 Millionen Euro (ähnlicher Wert wie 2005), ist aber dennoch leicht rückgängig. Nach Angaben der französischen Zollbehörden scheint sich das Jahr 2007 mit leicht gestiegenen Exportzahlen (250 Millionen Euro in 6 Monaten gegenüber 455 Millionen Euro im gesamten Jahr 2006) abzuzeichnen, währenddessen sich die Importe verringert haben (294 Millionen Euro in 6 Monaten gegenüber 620 Millionen Euro in 12 Monaten 2006). Die EU bleibt der wichtigste Exportmarkt, Möglichkeiten gibt es darüber hinaus in Nord- und Südamerika sowie in Nordafrika. Das Außenhandelsaldo in diesem Bereich bleibt jedoch negativ, und zwar wegen der erheblichen Importe aus Italien und Deutschland, die bei weitem die wichtigsten Maschinen- und Anlagenlieferanten sind. Sie stellen jeweils fast ein Drittel der Gesamtimporte dar.

F&E sowie die Suche nach neuen Absatzmärkten sind demnach die beiden wichtigsten Prioritäten für französische Maschinen- und Anlagenhersteller.

⇒ **Georges Rouyer, Generalbeauftragter des SNFBM** (Nationaler Verband der Hersteller von Metall Dosen, -verpackungen und -verschlüssen)

Mehrere Faktoren lassen uns zuversichtlich in die Zukunft sehen, nachstehend fassen wir einige Aspekte zusammen:

Zunächst einmal bleibt die Metalldose eine Verpackung mit allgemein anerkannten Qualitätsmerkmalen in Bezug auf Sicherheit, Zuverlässigkeit, Komfort oder auch Wettbewerbsfähigkeit der Kosten.

Außerdem bringen Metallverpackungen in einer Zeit, in der sich politische Diskussionen mit Fug und Recht zunehmend auf nachhaltige Entwicklung konzentrieren, zahlreiche Vorteile mit sich:

- ✓ Das Metall der Verpackungen (Stahl sowie Aluminium) ist sehr leicht von anderen Abfällen zu trennen und kann immer wieder recycelt werden, ohne seine ursprünglichen Eigenschaften zu verlieren. Es handelt sich hierbei also um einen nachhaltigen Rohstoff.
- ✓ 2005 wurden in der EU15 laut der Verbände von Rohstoffherstellern folgende Wiederverwertbarkeitsquoten verzeichnet:
 - 66% bei Stahlverpackungen
 - 52% bei Aluminiumverpackungen
- ✓ Eine groß angelegte wissenschaftliche Studie, die kürzlich von einem unabhängigen Labor erstellt worden ist (TNO in den Niederlanden) hat gezeigt, dass die Metalldose umweltfreundlicher als der Durchschnitt der anderen Verpackungen ist.

Schlussendlich ist noch ein erhebliches Innovationspotenzial in unserem Bereich vorhanden, und wenn man diese Feststellung dem Rest noch hinzufügt, können wir die Zukunft vertrauensvoll in Angriff nehmen.

Alle Presseinformationen, -mitteilungen, Studien und Logos auf
www.emballageweb.com



EMBALLAGE
WORLD PACKAGING EXHIBITION
2008

- Name:** **EMBALLAGE 2008**
World Packaging Exhibition
- Datum und Ort:** **17. – 21. November 2008 – Paris-Nord Villepinte - Frankreich**
- Gründungsjahr:** 1947 (besteht seit 61 Jahren). 2008: 38. Veranstaltung
- Intervall:** Alle 2 Jahre
- Aussteller 2006:** **2 200** Unternehmen und Marken, davon **53% aus dem Ausland** aus **46** Ländern
- Hersteller von Verpackungsmaschinen: 60%
 - Hersteller von Verpackungen und Behältern: 40%
- **Klassifiziert nach Branchen für die gesamte Verpackungskette:**
- Behälter für alle Produkte – Industrieverpackungen
 - Behälter für Nahrungsmittel
 - Behälter für Schönheits- und Gesundheitsprodukte
 - Bereich Luxusbehälter
 - Bereich Etikettierung
 - Verarbeitungs- und Verpackungsmaschinen für Flüssigkeiten (Halle 3, Beverages & Liquids)
 - Verpackungsmaschinen für die Lebensmittelindustrie
 - Verpackungsmaschinen für alle Produkte
 - Transport, Lagerung
 - Maschinen für Umverpackung, Versandverpackung und Lagerverpackung
 - Verpackungsmaschinen für Schönheits- und Gesundheitsprodukte
 - Rohstoffe, Folien, Verbrauchsgüter
 - Maschinen zum Umformen, Vorstanzen, Bedrucken und zur dekorativen Gestaltung der Verpackungen
 - Maschinen für die Kennzeichnung, Markierung, Datierung, Etikettierung
- Besucher 2006:** **108 054** Besucher, davon **38% internationale Besucher** aus 142 Ländern
- **Besucher aus allen Tätigkeitsbereichen und Märkten:**
 - **Anwender von Verpackungen, 64%**
 - darunter: - Nahrungsmittel: 33%
 - Sonstige Industriegüter 12.5%
 - Kosmetik, Schönheit, Luxusgüter: 6.5%
 - Pharmazie, Gesundheit: 5.5%
 - Sonstige Konsumgüter: 3.5%
 - Kommunikationsagenturen, Design..... 9%**
 - Hersteller von Verpackungen.....27%**

Kontakt:

EMBALLAGE 2008
Sandra VERNIER - Communication Director
E-mail: sandra.vernier@exposium.fr
Frédéric PHILBERT - Communication Executive
E-mail: frederic.philbert@exposium.fr

Tel.: +33 (0) 1 49 68 52 11 / 54 37

Pressekontakt Deutschland:

IMF GmbH - Niederlassung von
PROMOSALONS
Worringer Str. 30
50668 Köln
Tel : 0221 13 05 09-08
Fax: 0221 13 05 09-01

Emilie Bourgoïn
E-Mail: e.bourgoïn@imf-promosalons.de