

Fremde Länder – fremde Sitten:

Innovative Verpackungen sind überall gefragt!

Die Verpackungsindustrie ist unbestritten ein bedeutender internationaler Wirtschaftsfaktor: Mit einem Produktionsvolumen von über 400 Milliarden Euro boomt die Branche weltweit. Moderne Verpackungsmaschinen ermöglichen heute eine wirtschaftliche, flexible und hygienische Herstellung verschiedenster Verpackungsarten für unterschiedliche Märkte. Während beispielsweise in Europa oder Japan die Bevölkerung immer älter wird, sind in Lateinamerika die jüngeren Verbraucher auf dem Vormarsch. Aber auch wenn sich die Anforderungen von Industrie- und Schwellenländern in mancherlei Hinsicht unterscheiden: Die großen Trends wie Convenience, Originalitätsschutz, Produktsicherheit, Einsparung von Kosten und Rückverfolgbarkeit sind auf allen fünf Kontinenten nahezu gleich.

In Deutschland spielt die Vielfalt von Verpackungsvarianten und -größen eine zentrale Rolle. Lebensgewohnheiten haben sich verändert, die Gesellschaft hat sich gewandelt und das Konsumverhalten stark beeinflusst. Convenience-Produkte und altersgerechte Verpackungen gewinnen massiv an Bedeutung. Ebenfalls typisch für Deutschland: Die moderne Verpackung muss ökonomisch und ökologisch zu entsorgen sein. Mit den zunehmenden Aufgaben des Verpackungsmaschinenbaus ist auch die Industrie kontinuierlich gewachsen. Verpackungsmaschinen „made in Germany“ nehmen mit einem Produktionsvolumen von 4,4 Milliarden Euro im internationalen Vergleich die Spitzenposition ein. Laut Informationen des VDMA liegt Deutschland mit einem Anteil von 20 Prozent an der Weltproduktion auf Platz eins. Über 80 Prozent der in Deutschland hergestellten Maschinen geht in den Export. Das entspricht einem Anteil von 34 Prozent am Weltexport – damit ist Deutschland Exportweltmeister bei Verpackungsmaschinen. Das Geheimnis der deutschen Hersteller scheint in der Konzeptentwicklung zu liegen: Hohe Durchsatzleistungen und Verfügbarkeit sowie große Flexibi-

lität ermöglichen die schnelle Erfüllung sich ändernder Kundenwünsche – dank kurzfristig umsetzbarer, maßgeschneiderter Lösungen.

Nach Deutschland zählen die Italiener zu den wichtigsten Verpackungsmaschinenherstellern: Weit über 80 Prozent der produzierten Verpackungsmaschinen geht in den Export – während der nationale Verbrauch weiter sinkt. Nach Angaben der UCIMA (Italian Association of Automatic Packing and Packaging Machinery Manufacturers) ist die Nahrungsmittelbranche mit rund 37 Prozent der größte Abnehmer von Verpackungsmaschinen. Dann folgen mit über 25 Prozent die Bereiche Pharma/Kosmetik/Hygiene, mit fünf Prozent die chemische und petrochemische Industrie – während der Rest sich auf verschiedene Branchen wie beispielsweise Tabakwaren, etc. verteilt. Auch in Italien verliert der traditionelle Einzelhandel zusehends an Bedeutung, während der organisierte wächst. Hypermärkte, Supermärkte, Discounter – der Wachstumstrend soll sich bis 2010 weiter verstärken. Trotzdem hinkt Italien hinsichtlich der Entwicklung des modernen Einzelhandels den meisten Industrieländern noch hinterher, aber der demographische und gesellschaftliche Wandel macht auch hier nicht Halt: Die Schlüsselrends heißen ebenfalls Convenience, steigende Produktvielfalt, Rückverfolgbarkeit oder „Efficient Consumer Response“. In Italien hat die Verpackung einen sehr hohen Stellenwert. Während es in den vergangenen Jahren vornehmlich um höhere Leistungsfähigkeit und größeren Ausstoß ging, kommt es heute vor allem darauf an, dass die Maschinen dünneres Verpackungsmaterial mit geringem Eigengewicht verarbeiten können.

Wie Italien haben auch die USA einen Anteil von 16 Prozent an der Weltproduktion von Verpackungsmaschinen. Der stärkste Trend in den US-Abnehmerbranchen bleibt der zu gesünderen Nahrungsmitteln: biologisch angebaute Lebens-

mittel mit weniger Kalorien, Zucker, Fett und Kohlehydraten sowie Vollkornprodukte stehen bei den Amerikanern hoch im Kurs. Direkt danach folgt wohl die Bequemlichkeit: Convenience Food, Snacks und „Heat and Eat“-Speisen boomen in den USA mehr denn je. Inzwischen hat man dort die Themen Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit für sich entdeckt. Weniger Material- und Energieverbrauch sind jetzt auch entscheidende Kriterien bei der Auswahl von Verpackungssystemen. Außerdem natürlich wichtig: Flexibilität, Sicherheit, Rückverfolgbarkeit sowie die steigende Tendenz, Verpackungen als Marketinginstrument und damit als Wettbewerbsvorteil für die Abgrenzung von Konkurrenzprodukten zu nutzen.

The latest generation of packing machines at interpack

Verpackungsmaschinen der neuesten Generation auf der interpack

Russland ist seit Mitte der 80-er Jahre auf Reformkurs: Höhere Einkommen und ein steigender Lebensstandard sorgen für ein günstiges Konsumklima. Russlands Markt für verpackte Lebensmittel gehört zu einem der größten weltweit. 2006 erreichte der Verbrauch verpackter Lebensmittel in Russland ein Volumen von 51 Milliarden US-Dollar; das entspricht laut VDMA fast der Hälfte des gesamten Marktvolumens Mittel- und Osteuropas. Man rechnet dort vor allem bei „Meal replacement-Produkten“, Tiefkühlkost und Kindernahrung mit einem überdurchschnittlich schnellen Wachstum in den nächsten Jahren. Auch Nahrungsmittelkonserven, Snacks, Milchprodukte und Fertigprodukte werden in der Beliebtheit der Russen steigen – und damit die gesamte Wertschöpfungskette kräftig ankurbeln.



Photo/Foto: Messe Düsseldorf/Tillmann



Quelle: VDMA

Der Weltexportmarkt für Verpackungsmaschinen ist 2006 um rund elf Prozent auf 12,9 Milliarden Euro gewachsen. Der deutsche Verpackungsmaschinenbau sichert sich mit 34 Prozent den größten Anteil und beherrscht zusammen mit Italien (knapp 26%) das weltweite Exportgeschäft.

Spannend auch der Blick nach Fernost: Aufgrund seiner riesigen Bevölkerung von rund 1,3 Milliarden Menschen zählt China zu den weltgrößten Absatzmärkten für Nahrungsmittel und Getränke. Das Produktionsvolumen der Nahrungsmittelindustrie ist in den letzten Jahren durchschnittlich um elf bis 12 Prozent gestiegen und liegt damit auf dem gleichen Niveau wie das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts. Modernisierung und Restrukturierung in der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie haben zwar die Effizienz steigern können, aber es gibt noch immer eine Vielzahl kleiner Hersteller mit veralteten Maschinen – ohne jede Beachtung von Hygiene- und Gesundheitsvorschriften. Allerdings möchte die chinesische Regierung in Zukunft stärker auf deren Einhaltung achten. Die Nahrungsmittel- und Getränkebranche in China wächst solide und hat sich zum zweitstärksten Industriesektor entwickelt. Sie stellt außerdem die größte Abnehmerbranche für Verpackungsmaschinen dar: Rund die Hälfte geht in diesen Industriezweig. Waren Anfang der 90-er Jahre noch fast alle chinesischen Einzelhandelsgeschäfte kleine Läden oder Marktstände, so sind heute in den großen Städten Supermärkte völlig üblich; Unternehmen wie Carrefour oder WalMart investieren kräftig. Parallel dazu wächst die Bevölkerung in den Städten kontinuierlich, sich ändernde Lebens- und Konsumgewohnheiten tun ihr Übriges. Noch ist der Konsum der chinesischen Bevölkerung zwar nicht zufrieden stellend, aber Experten sind optimistisch und rechnen weiterhin mit Zuwachsraten: 2006 beliefen sich die Aus-

gaben für Nahrungsmittel, Getränke und Tabak auf 276 Milliarden US-Dollar. Bis 2011 wird ein Anstieg auf 470 Milliarden US-Dollar erwartet.

So unterschiedlich die Märkte auch sind, wie sehr sich die Anforderungen an Verpackungsfunktion, -gestaltung und -produktion auch unterscheiden – die Haupttrends und -themen ähneln sich. Grundsätzlich steigt weltweit die Verpackungsvielfalt, die Forderung nach Umweltverträglichkeit, der Wunsch nach Aufbewahrungsmöglichkeit, besserer Dosierung, Wiederverschließbarkeit und kontrollierter Entnahmemöglichkeit. Dieser Anspruch an Form, Größe und Funktionalität der Verpackung erfordert von den Verpackungsmaschinen eine enorme Flexibilität, Produktivität und Produktqualität. Das international vorhandene Investitions- und Kostenbewusstsein der Betriebe stellt hohe Anforderungen zum Beispiel an die Nach- und Umrüstbarkeit einer Verpackungsline. Der Trend geht eindeutig zur High-Tech-Verpackung – Verpackungsmaschinenbau ist eine High-Tech-Branche. Sie ist eine der führenden Branchen beim Einsatz von Antriebs-, Steuerungs- und Automatisierungstechnik und die wichtigste Absatzbranche für Robotersysteme nach dem Automobilbau. Moderne Verpackungsmaschinen garantieren Produktsicherheit durch hygienege-rechte Konstruktion, dokumentieren und überwachen den gesamten Verpackungsprozess, sparen Verpackungskosten, indem sie Packmittel integriert herstellen und übertragen wichtige Informationen direkt auf die Verpackung. Vollautomatisiert und enorm leistungsfähig erobert eine neue Generation von Verpackungsmaschinen die Märkte der Welt. Die interpack PROCESESSES AND PACKAGING 2008 bündelt diese Entwicklungen zentral an einem Ort und gibt den regional unterschiedlichen Anforderungen die individuell richtige Lösung mit auf den Weg.