17/18

Jahresbericht

DER WELLPAPPENINDUSTRIE

Wirtschaft wächst mit Wellpappe

VDW
Die Wellpappenindustrie

Inhalt.

2 Vorwort von Dr. Steffen P. Würth

6 Absatz steigt, Kosten drücken

10 Lebensmittel schützen, Verschwendung vermeiden

12 Bühne frei!

16 Gemeinsam handeln!

18 Kreislauf hat Zukunft

22 Logistik mit Mehrwert

Dr. Steffen P. Würth

Der Vorsitzende des Verbandes der Wellpappen-Industrie sieht die Branche auf gutem Weg, die Herausforderungen der Zukunft zu meistern.

Die zwei Seiten des Erfolgs

Die deutsche Wellpappenindustrie blickt auf ein weiteres Rekordjahr zurück: 7,8 Milliarden Quadratmeter Wellpappe konnten unsere Unternehmen absetzen – mehr als je zuvor und gegenüber 2016 ein stolzes Plus von 3,0 Prozent. Eine boomende Wirtschaft mit deutlichem Wachstum sowohl beim Export als auch beim privaten Konsum sorgt dafür, dass unsere Produkte in fast allen Branchen stark nachgefragt sind. Auch langfristige Trends wie die Digitalisierung im Handel und die wachsenden Anforderungen an die Nachhaltigkeit von Verpackungen tragen dazu bei, dass die Produktion von Wellpappe auf Hochtouren läuft.

Dennoch ist derzeit niemand in unserer Branche in Feierlaune. Zu schwer lastet eine immer prekärer werdende Ertragssituation auf den Unternehmen. Wellpappenrohpapier, das rund die Hälfte der Gesamtkosten bei Wellpappenherstellern ausmacht, hat sich im Jahr 2017 um bis zu 27 Prozent verteuert. Dem stehen höhere Verkaufspreise für Wellpappe von lediglich gut einem Prozent gegenüber. Man muss kein Betriebswirtschaftsstudium absolviert haben, um zu erkennen, dass momentan viele Unternehmen von der Substanz leben.

Nun ist das Missverhältnis zwischen steigenden Kosten und stagnierenden Abgabepreisen durchaus nichts Neues. Die Dramatik der aktuellen Lage aber hat uns im VDW veranlasst, mit klaren Worten an die Öffentlichkeit zu gehen: „Die Grenze der Belastbarkeit ist erreicht“, heißt es zu dem Thema in einer VDW-Pressemitteilung vom letzten Oktober. „Und wird auch im laufenden Jahr durch erneute Kostensteigerungen weiter strapaziert“, muss heute leider hinzufügt werden.

Es besteht also erheblicher Nachholbedarf, um die Kosten-Preis-Schere zu schließen. Erste spürbare Preisanpassungen für Wellpappenprodukte konnten wir in diesem Frühjahr realisieren und Marktbeobachter rechnen damit, dass sich dieser Trend fortsetzen wird. Dabei wird jedes Unternehmen seine eigenen Anstrengungen unternehmen, um eine auskömmliche Rendite zu erwirtschaften. Gemeinsam aber können wir dazu beitragen, die wirtschaftliche Bedeutung unserer Leistungen noch stärker herauszustellen.

Die Verarbeitung zu Wellpappe macht aus Papier ein echtes Wertpapier:

Kaum ein Produkt kommt in den Supermarkt oder an unsere Haustür ohne eine schützende Hülle aus Wellpappe. Und der Exportweltmeister Deutschland könnte auf den Weltmärkten nicht erfolgreich sein, wenn hochwertige Maschinen oder Fahrzeugkomponenten auf dem Transportweg nicht verlässlich durch Wellpappenverpackungen geschützt würden.

Machen wir uns bewusst: Wellpappe ist mehr als zu Verpackungsmaterial veredeltes Papier. In jeder Verpackung steckt das Know-how unserer Entwickler, die für jeden Kundenanspruch passgenaue Lösungen entwickeln. Damit schaffen wir Mehrwert in vielen industriellen Prozessen und Lieferketten – wie zum Beispiel im Einzelhandel in Form von Transport- und Versandverpackungen, Displays oder Regalverpackungen.

Gute Verpackung bringt unseren Kunden wirtschaftliche Vorteile. Die Vermeidung von Schäden ist dabei nur die Basis. Darüber hinaus geht es um einfache Handhabung, gute Raumnutzung, Maschinenlesbarkeit, Marketingeignung oder die verbraucherfreundliche Gestaltung im Versandhandel. Um diese Effekte für alle Marktteilnehmer noch besser nutzbar zu machen, tauscht sich der VDW mit Konsumgüterherstellern und Handelsunternehmen über Optimierungsmöglichkeiten aus. Auch in diesem Jahr werden wir das Gespräch suchen.

Zum Wertbeitrag unserer Industrie gehört auch, dass wir ständig innovative Lösungen für eine nahezu unbegrenzte Vielfalt von Verpackungsaufgaben entwickeln. Wer sich ein Bild von der Innovationsstärke der Unternehmen machen möchte, hat in diesem Herbst eine gute Gelegenheit dazu. Am 26. September verleihen wir auf der FachPack in Nürnberg im Rahmen des Forums Wellpappe wieder den Innovationspreis Wellpappe für herausragende Neuentwicklungen. Erstmals prämieren wir dabei auch Arbeiten aus dem Bereich E-Commerce-Verpackungen.

Wie mit Wellpappenverpackungen die digitale Transformation in der Logistik erfolgreich umzusetzen ist, hat eine Untersuchung des Fraunhofer-Instituts 2017 anschaulich gemacht. Den Studienautoren zufolge werden nicht nur die Logistikprozesse immer intelligenter, sondern auch die Transportverpackungen. „Die Zukunft heißt Smart Packaging“, so die Überzeugung der Fraunhofer-Experten. Ganz gleich ob Sensorik künftig über Art, Menge und Zustand der Verpackungsinhalte Auskunft gibt oder Auto-ID-Systeme die Papierfaserstruktur von Paketen wie einen Fingerabdruck lesen werden und damit Etiketten überflüssig machen – unsere Kunden können heute schon sicher sein, dass ihre Verpackung in Zukunft so „smart“ sein wird, wie es die technischen Neuerungen der Logistik verlangen.

Und noch etwas macht deutlich, wie wertvoll Wellpappe für Wirtschaft und Gesellschaft ist. Wellpappe ist das nachhaltige Verpackungsmaterial Nummer eins. Vor dem Hintergrund der immer offensichtlicher werdenden Probleme mit schwer abbaubaren Kunststoffverpackungen und den lauter werdenden Rufen nach geschlossenen Stoffkreisläufen bieten wir ökonomisch und ökologisch vorteilhafte Lösungen. Hergestellt aus nachwachsenden Rohstoffen wird Wellpappe hierzulande seit Jahrzehnten vollständig wiederverwertet. Umweltexperten meinen, dass dieser etablierte Stoffkreislauf wertvolle Beiträge zu Ressourcenschonung und Klimaschutz leistet. Damit auch dieser Aspekt des „Wertpapiers Wellpappe“ weiter Gehör findet, engagieren sich die VDW-Unternehmen weiter im Forum Ökologisch Verpacken (FÖV). Im Rahmen dieses „Think-Tanks“ für die Stärkung des Kreislaufprinzips tauschen wir uns auch in diesem Jahr mit Wissenschaftlern, Politikern und Umweltorganisationen aus.

Wir können stolz sein auf unser Produkt, das gerade in Zeiten von Digitalisierung, Globalisierung und wirtschaftlichem Aufschwung besonders gefragt ist. Das Bewusstsein für den Wert unserer Leistungen ist der erste Schritt, damit der anhaltende Markterfolg auch tragfähige Zukunftsperspektiven für alle Hersteller mit sich bringt.

Ihr

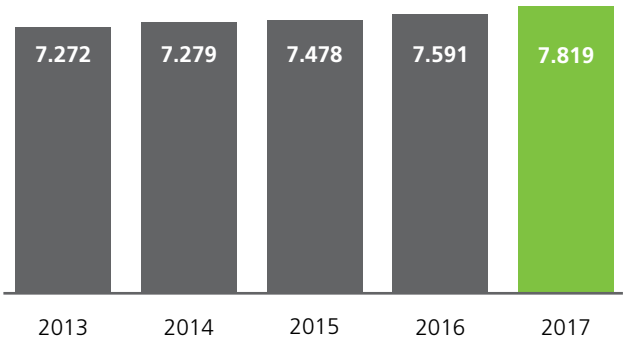
Dr. Steffen P. Würth
Vorsitzender des
Verbandes der Wellpappen-
Industrie e.V.

Smart Packaging: Einer Fraunhofer-Studie zufolge sind Wellpappenverpackungen das Rückgrat der Logistik 4.0.

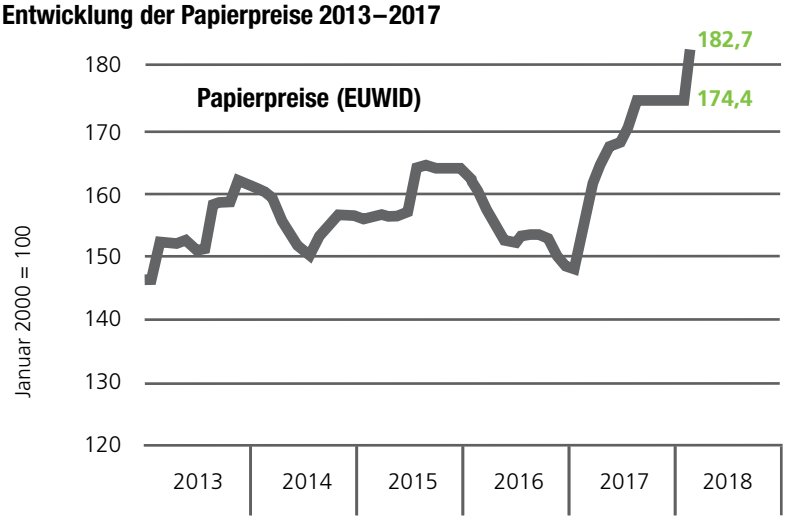
Absatz steigt, Kosten drücken

Die Wellpappenindustrie schaut mit zwiespältigen Gefühlen auf 2017 zurück. Erneute Absatzrekorde stehen einem stetig wachsenden Kostendruck gegenüber. Für viele VDW-Mitglieder ist die Grenze der Belastbarkeit erreicht.

Wellpappenabsatz 2013–2017 in Millionen m²
(absolute Zahlen; nur VDW-Mitglieder)



Entwicklung der Papierpreise 2013–2017



Eine florierende Binnenkonjunktur und der anhaltende E-Commerce-Boom haben der Wellpappenindustrie 2017 eine Rekordnachfrage nach ihren Produkten beschert. Die im VDW organisierten Unternehmen konnten 7,8 Milliarden Quadratmeter Wellpappe absetzen – etwa die Hälfte der Fläche von Thüringen. Gegenüber dem Vorjahr betrug die Steigerung 3,0 Prozent absolut bzw. 4,3 Prozent je Arbeitstag. Und auch im laufenden Jahr hält der Trend an. So erzielten die VDW-Mitglieder im Januar 2018 ein Absatzplus von 6,6 Prozent. Im Februar waren es 5,7 Prozent.

Außergewöhnlich war das Berichtsjahr allerdings auch in negativer Hinsicht. Die Wellpappenhersteller mussten eine Verteuerung beim mit Abstand wichtigsten Rohstoff, dem Wellpappenrohpapier, um bis zu 27 Prozent verkraften. Die dramatischen Kostensteigerungen konnten jedoch nur unzureichend durch höhere Verkaufspreise für Wellpappenerzeugnisse kompensiert werden. Entsprechend angespannt ist die wirtschaftliche Situation der Unternehmen.

Korrektur dringend notwendig

Um die durch die Kostensteigerung entstandene Ertragslücke zu schließen, hätte die Industrie rein rechnerisch ihre Abgabepreise um rund 13,5 Prozent erhöhen müssen. Davon waren die tatsächlich erzielten Aufschläge auf die Wellpappenpreise allerdings weit entfernt: Wellpappe kostete 2017 im Durchschnitt 53,1 Cent pro Quadratmeter und damit nur 1,1 Prozent mehr als 2016. Zusätzlich belastend wirkten sich für die Wellpappenerzeuger höhere Lohn- und Frachtkosten aus. Und der Preisauftrieb bei den Wellpappenrohpapieren hält auch in den ersten Monaten des Jahres 2018 unvermindert an.

Verbraucher in Kauflaune

Die unvermindert starke Inlandsnachfrage fördert den Absatz von Wellpappenverpackungen.

Online-Shopping macht Spaß

Der wachsende Versandhandel ist ein wichtiger Wachstumstreiber für die Wellpappenindustrie.

Mit verhaltenem Optimismus registrieren die Unternehmen der Wellpappenindustrie erste Anzeichen für eine leichte Korrektur der wirtschaftlichen Schieflage. Zum Jahresbeginn zogen die Abgabepreise für ihre Produkte um 5,5 Prozent an. Ein Grund für die unzureichende oder verspätete Weitergabe der gestiegenen Kosten an die Kunden aus den verpackenden Industrien sind beispielsweise lange Vertragslaufzeiten mit entsprechender Preisbindung.

Wirtschaft wächst weiter

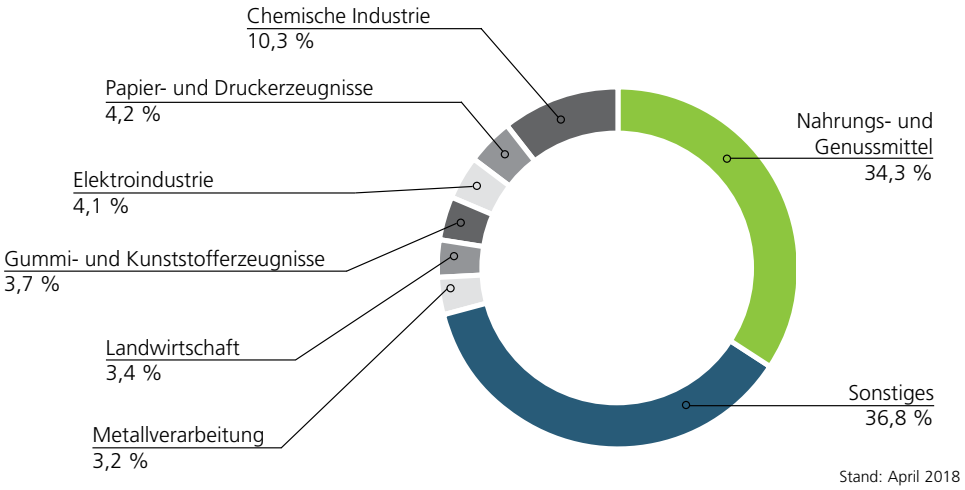
Trotz besorgniserregender protektionistischer Tendenzen in den internationalen Handelsbeziehungen gehen Wirtschaftsinstitute in Deutschland und Europa davon aus, dass sich der wirtschaftliche Aufschwung auch 2018 fortsetzen wird. Das gilt insbesondere auch für die weitere Entwicklung des Versandhandels, der mit seinem hohen Bedarf an verlässlichen und verbraucherfreundlichen Verpackungen ein wichtiger Wachstumstreiber für die Wellpappenindustrie ist. So rechnen die im E-Commerce-Verband bevh organisierten Einzelhändler mit 9,3 Prozent Wachstum für 2018. Da sich auch im stationären Handel die anhaltende Konsumlaune weiter positiv niederschlagen wird und sich die Exportwirtschaft ebenfalls robust zeigt, erwartet der VDW im laufenden Jahr ein Absatzplus von 3,9 Prozent pro Arbeitstag.

Stabile Beschäftigung – Chancen für Berufseinsteiger

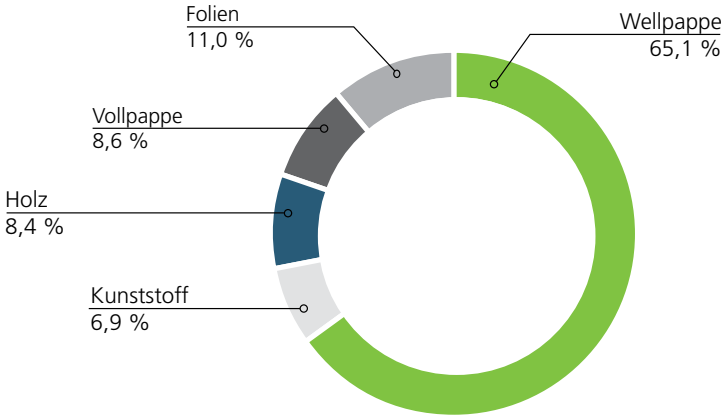
In der Wellpappenindustrie waren im Jahresdurchschnitt 2017 knapp 17.000 Menschen beschäftigt und damit rund 500 mehr als im Vorjahr. Die Statistik belegt, wie sicher die Arbeitsplätze in der Branche sind. Seit vielen Jahren sind die Beschäftigtenzahlen konstant oder zeigen eine leichte Aufwärtsbewegung. Das gilt, obwohl durch Automatisierung enorme Produktivitätsfortschritte gemacht wurden und vor allem einfache Tätigkeiten heute überwiegend durch Maschinen ersetzt sind. Gewachsen ist dagegen der Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern für die Bedienung und Wartung der immer aufwändigeren Anlagentechnik oder auch für neue Dienstleistungen in der Verpackungsberatung. Auch die Wellpappenhersteller sehen mit Sorge auf den sich zuspitzenden Mangel an Fachkräften in Deutschland. Ein besonderer Schwerpunkt in der Personalakquise bildet daher die Nachwuchsarbeit. So beträgt der Anteil der Auszubildenden konstant 5,3 Prozent der Beschäftigten.

Abnehmerindustrie nach Wellpappenumsatz

(nur VDW-Mitglieder)

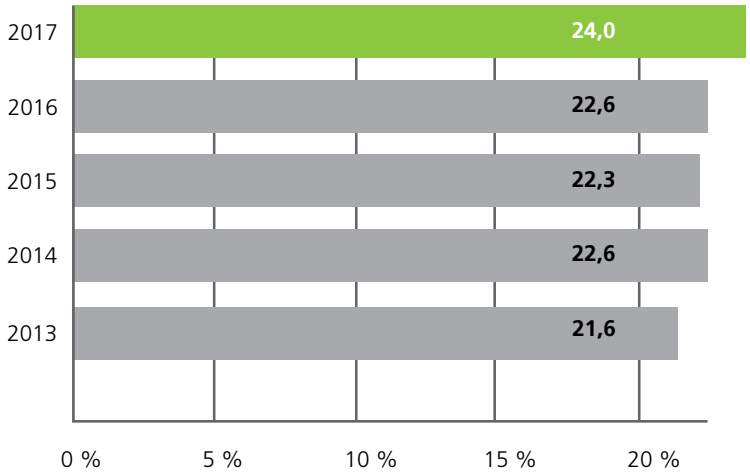


Marktstruktur bei Transportverpackungen



Drei- und mehrfarbige Bedruckung 2013–2017 in Prozent

(nur VDW-Mitglieder)



Lebensmittel schützen, Verschwendung vermeiden

Interview mit Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie

Christoph Minhoff

Nach Einschätzung des Hauptgeschäftsführers der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie entspricht Wellpappe in einem hohen Maße kreislaufwirtschaftlichen Anforderungen.

Auf der diesjährigen Internationalen Grünen Woche stand das „Essen der Zukunft“ im Fokus. Was wird den Verbrauchern künftig schmecken?
Die Menschen können sich auf eine große Vielfalt von Lebensmitteln in ausgezeichneter Qualität freuen. Sowohl Start-ups als auch traditionelle Unternehmen sorgen mit ihren innovativen Produktideen für eine genussvolle Auswahl, die ganz nah an den Bedürfnissen der Menschen ist. Kaum eine andere Branche ist so innovativ wie die Lebensmittelindustrie. Gleichzeitig sehen wir uns der härtesten Jury gegenüber. Denn: Gekauft wird, was schmeckt! Alles andere verschwindet aus den Regalen der Supermärkte. Ob den Verbrauchern künftig Insekten, Algen oder Omas Schweinebraten schmecken, entscheiden sie selbst. Die Ernährungsindustrie steht als verlässlicher Partner an ihrer Seite.

Wenn’s ums Essen geht, spielt der Kampf gegen Verschwendung eine große Rolle. Welchen Beitrag leisten dabei Verpackungen?
Lebensmittelverschwendung ist ein intensiv diskutiertes Thema. Weltweit landen jährlich rund 1,3 Milliarden Tonnen Nahrungsmittel auf dem Müll – in Deutschland sind es rund 11 Millionen Tonnen. Dieser Befund ist sowohl

unter sozial-ethischen als auch unter ökologischen und ökonomischen Aspekten problematisch. Einerseits hungern global noch über 800 Millionen Menschen, andererseits tragen nicht verzehrte Lebensmittel zum klimaschädlichen Ausstoß von Treibhausgasen sowie einer ineffizienten Land- und Wassernutzung bei.

Verpackungen spielen in diesem Kontext eine wichtige konstruktive Rolle. Sie schützen die Lebensmittel vor Beeinträchtigungen und Verderb und sorgen somit dafür, dass sie einer bestimmungsgemäßen Nutzung durch die Konsumenten zugeführt werden. Dazu tragen im Übrigen auch die verschiedenen Verpackungsgrößen bei – bis hin zu Kleinportionen –, die einen bedarfsentsprechenden Verbrauch ermöglichen. Damit wirken sie dem Wegwerfen und der Lebensmittelverschwendung entgegen.

Wie wichtig ist den Verbrauchern das Thema Nachhaltigkeit bei Herstellung und Vertrieb von Lebensmitteln?
Die Nachfrage nach Lebensmitteln unterliegt einem ständigen Wandel, der von gesellschaftlichen Entwicklungen geprägt wird. Nachhaltigkeit ist neben Gesundheit und Convenience ein wichtiger Trend im Lebensmittelmarkt. Ein stetig wachsender Anteil der Bevölkerung sieht in einem umfangreichen Angebot nachhaltig erzeugter Lebensmittel einen besonders wichtigen Beitrag von Ernährungsindustrie und Lebensmittelhandel, sich um Nachhaltigkeit zu kümmern. Nachhaltigkeit ist deshalb in der Branche gelebte Praxis. Die Nahrungsmittelhersteller stellen sich der Herausforderung, die Ernährung in ihrem Wirkungsbereich auf eine Weise zu sichern, die für die Umwelt und die Menschen tragfähig ist.

Welche Rolle spielen Stoffkreisläufe beim Erreichen von Nachhaltigkeitszielen?
Stoffkreisläufe sind das Sinnbild der Kreislaufwirtschaft und damit auch der Nachhaltigkeit. Sie sind darauf ausgerichtet, den Wert von Produkten, Stoffen und Ressourcen innerhalb der Wirtschaft so lange wie möglich zu erhalten, den Einsatz von Ressourcen zu minimieren und dabei gleichzeitig so wenig Abfall wie möglich zu erzeugen. Damit wird ökonomischen und ökologischen Belangen gleichermaßen Rechnung getragen.

Lebensmittelhersteller sind Hauptabnehmer von Wellpappenverpackungen. Was leistet Wellpappe für die Food-Industrie?
Wellpappe findet in der Ernährungsindustrie insbesondere als Transportverpackung Verwendung. Es handelt sich um ein Verpackungsmaterial, das sich durch eine hohe Funktionalität auszeichnet. Darüber hinaus entspricht es in einem hohen Maße kreislaufwirtschaftlichen Anforderungen: Es wird aus nachwachsenden Rohstoffen und Recyclingmaterialien hergestellt und weist eine sehr hohe Recyclingquote auf.

Essen per Mausklick ist in Deutschland noch kein Megatrend. Welches Potenzial sehen Sie? Wird es besondere „E-Food-Verpackungen“ geben?
Es deutet vieles darauf hin, dass insbesondere die Bedeutung des Online-Versands von Lebensmitteln als alternativer Absatzkanal zukünftig zunehmen wird. Diese Variante des B2C-Geschäfts stellt zusätzliche Anforderungen an die Konfektionierung und den Versand der online bestellten Lebensmittel. Verpackungen aus Wellpappe erscheinen dabei besonders geeignet, sich zu profilieren und zusätzliche Absatzmöglichkeiten zu generieren.

Stichwort Zukunft: Wie sehen die Lebensmittelverpackungen von morgen aus?
Verpackungen stehen unter anderem im Fokus kreislaufwirtschaftlicher Überlegungen der Politik – sowohl auf europäischer als auch nationaler Ebene. Sie müssen zukünftig insbesondere den Anforderungen der Ressourceneffizienz entsprechen. Das bedeutet, dass sowohl der Recyclingeinsatz bei der Herstellung dieser Verpackungen als auch die recyclinggerechte Konzeption der Behältnisse eine immer wichtigere Rolle spielen werden. Dies erfordert für die gesamte Lieferkette kontinuierliche Optimierungsprozesse.

Bühne frei

Der VDW informiert die Öffentlichkeit umfassend über die Leistungsfähig 2017: die Verbraucherkampagne „Mach's flach!", Verpackungen als Dig Medientag mit Flugmangos.

Das Maßnahmenspektrum des Verbandes ist breit. Es reicht von der Organisation und Durchführung von Kundenveranstaltungen, beispielsweise auf der weltgrößten Ernährungsmesse Anuga, über kontinuierliche Pressearbeit und die Herstellung eines regelmäßig erscheinenden Kundenmagazins bis hin zur richtigen Social-Media-Strategie, um potenzielle Auszubildende für die Branche zu interessieren.

Auch die Information der Verbraucher hat der VDW längst als Handlungsfeld festgelegt – und die verlangen recyclingfähige Verpackungen. Das bestätigen seit Jahren immer wieder verschiedene Umfragen. Neue Brisanz hat das Thema gewonnen, seit die Vermüllung der Umwelt durch Plastikpartikel, die unter anderem von Verpackungen stammen, nun auch Deutschland erreicht hat. Als Kreislaufverpackung par excellence bietet sich Wellpappe für eine große Anzahl von Verpackungsaufgaben als ökologische und zukunftsfähige Alternative an. Die stark wachsende Nachfrage zeigt: Wellpappe liegt im Trend.

Flachmachen ist angesagt

Damit das Recycling gebrauchter Wellpappenverpackungen perfekt funktioniert, ist vermehrt auch Verbraucheraufklärung gefragt. In Zeiten des boomenden Online-Handels fallen immer mehr Versandverpackungen zuhause bei den Verbrauchern an. Diese haben es daher in der Hand, die Effizienz des Stoffkreislaufs weiter zu steigern, indem sie die gebrauchten Kisten und Schachteln möglichst flachge-

keit der Wellpappe. Hier sind die Highlights der Kommunikation itale Box, eine Anuga-Veranstaltung zu Stoffkreisläufen und der

legt in die Tonne geben. Der Effekt: Flachgemacht passen achtmal mehr Kartons in die Tonne als aufgerichtet. Das schont nicht nur die Etats der Kommunen – es ist auch viel ökologischer.

Mit einer Straßenaktion hat der VDW 2017 die Initiative ergriffen und die Verbraucher mit dem Slogan „Mach's flach!" zu umweltbewusstem Verhalten aufgefordert. Dabei zeigt sich: Verbraucher sind einfallsreich und kreativ, wenn es um das Flachmachen geht. Die Beispiele auf den @machsflach-Facebook- und Instagram-Seiten zeigen jedenfalls deutlich, dass öko-korrektes Verhalten durchaus Spaß machen kann. Fortgesetzt wird die Kampagne im laufenden Jahr mit Kooperationsangeboten an Kommunen und Versandhändler.

Smarte Verpackung

Ebenfalls ein Trendthema, das alle Wirtschafts- und Lebensbereiche durchzieht, ist die digitale Transformation. Doch nicht nur Bits und Bytes werden unsere Zukunft prägen. Die weitgehend automatisierten Warenströme von morgen setzen auch auf Hardware. Dazu zählen Verpackungsmaterialien, die auch künftigen Anforderungen der Logistik gewachsen sind – allen voran Wellpappe. Die wird voraussichtlich aber noch etwas „intelligenter" als heute sein.

Was das heißt, hat sich das Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML 2017 genauer angeschaut: Ob Sensorik, Fingerprint-ID, Near-Field-Communication oder RFID-Funkchips – Wellpappe lässt sich mit allen Technologien kombinieren und bietet damit ideale Voraussetzungen für die Logistik 4.0. Über die digitale Transportverpackung der Zukunft berichteten VDW-Medien und die Fachpresse eingehend. Ein ausführlicher Beitrag zu den Studienergebnissen ist auf den Presseseiten des VDW-Internetauftritts verfügbar.

Medienvertreter ein Bild davon machen, welche herausragende Bedeutung verlässlicher Produktschutz über mehrere Klimazonen hinweg hat.

Ob Rosen aus Kenia, Kobe-Rind aus Japan oder Mangos aus Costa Rica – die hochwertigen, aber empfindlichen Güter müssen sich auch nach ihrem Weitertransport per Lkw nach Hannover, Stuttgart oder in europäische Nachbarländer in perfekter Qualität präsentieren. Das gewährleistet Wellpappe aufgrund ihrer Stabilität, aber auch, indem das natürliche Fasermaterial Feuchtigkeitsschwankungen in den Verpackungen ausgleicht.

Werbung wirkt

Wer regelmäßig die wichtigsten Medien der Verpackungs- und Konsumgüterindustrie liest, kennt sie: die VDW-Imagekampagne. Mit ihrer eingängigen Bildsprache und den meist augenzwinkernden, manchmal auch provokanten Botschaften überzeugen die Motive seit vielen Jahren das Publikum. Regelmäßige Befragungen der Lebensmittel Zeitung, bei denen die Kampagne mit anderen Werbekonzepten verglichen wird, bestätigen die herausragende Kommunikationsleistung der Wellpappenwerbung. Ein besonderer thematischer Schwerpunkt lag 2017 auf Umweltthemen – unter anderem mit dem Auftritt eines Dinosauriers, der sinnbildlich für die ökologisch problematischen fossilen Rohstoffquellen der Kunststoffverpackungen steht.

Der VDW-Medientag 2017 führte die Journalisten zum Frischezentrum des Frankfurter Flughafens.

Obst fliegt erster Klasse

Ihre Stärken in einem sehr speziellen Logistiksektor zeigten Wellpappenverpackungen beim Medientag 2017. Der führte die teilnehmenden Journalisten an den Frankfurter Flughafen – in das „Perishable Center", in dem täglich bis zu 700 Tonnen Frischwaren in zwanzig verschiedenen Kühlbereichen umgeschlagen werden. Dort konnten sich die

Die Fachanzeigen des VDW erzielen Spitzenwerte im Wettbewerbsvergleich.

Mit Anzeigen auf Facebook und Beiträgen in der Regionalpresse spricht der VDW interessierte Jugendliche an.

Nachwuchs für eine stabile Branche

Nicht zuletzt wegen ihrer Umweltverträglichkeit ist Wellpappe so gefragt wie nie. Zahlreiche Umfragen belegen: Verbraucher wollen ökologische Verpackungen, die aus Papier hergestellt werden. Und weil immer häufiger online eingekauft wird, steigt der Bedarf an leistungsfähigen und umweltverträglichen Versandkisten und -schachteln – gute Aussichten für die Zukunft der Wellpappenindustrie, die seit Jahren stabile Wachstumsraten vorweisen kann. Auch die Zahl der Arbeitsplätze ist gleichbleibend hoch. Das macht die Branche besonders interessant für junge Menschen, die einen Beruf mit Perspektive erlernen wollen.

Rund 5,3 Prozent der Beschäftigten in den VDW-Mitgliedsunternehmen sind Auszubildende. Vom Packmitteltechnologen bis zum Industriekaufmann bietet die Verpackungsindustrie rund 20 berufliche Einstiegsmöglichkeiten – und ist ständig auf der Suche nach geeignetem Nachwuchs. Unterstützt werden die Unternehmen dabei vom VDW mit seinen Online-Angeboten für jüngere Zielgruppen. Der Facebook-Auftritt des Verbandes „Ausbildung. Wellpappenindustrie“ hält vielfältige Informationen zu den verschiedenen Berufsbildern in der Branche bereit und bietet für die einzelnen Berufe auch eine bundesweite Übersicht der jeweiligen Ausbildungsbetriebe.

Wellpappe ist angesagt – als Verpackung, Werkstoff, Inspiration. Um jungen Menschen das vor Augen zu führen, präsentiert der Verband auf Facebook auch ungewöhnliche, oft spektakuläre Anwendungen des Packstoffs mit der Welle: Von Hightech-Produkten wie Elektroautomobilen und Fahrrädern über coole Möbel und Kunstwerke bis hin zu imposanten Installationen erfahren die User, was mit Wellpappe alles möglich ist. Und wer dabei Lust auf mehr bekommt, findet auf dem Wellenreiter-Blog weitere Geschichten über Wickelhäuser, Planwagen und Musikinstrumente – natürlich alles aus Wellpappe.

Gemeinsam

In seinem Gastbeitrag erläutert Michael Kuhndt, Executive Director des warum Multi-Stakeholder-Initiativen von Industrie, Handel und Verpack

Verpackungen haben es nicht einfach. Ursprünglich bestand ihre Hauptaufgabe in der sicheren Aufbewahrung sowie dem Transport von Gütern. Mit voranschreitender Zeit kamen jedoch weitere Anforderungen dazu. Nicht nur praktisch und funktional sollten sie sein, sondern am besten auch noch optisch ansprechend, günstig und leicht. Damit jedoch nicht genug: Bereits im Jahr 2002 warfen die Begründer des Cradle-to-Cradle-Konzepts Michael Braungart und William McDonough die Frage auf, wieso wir zum Beispiel Shampoo-Flaschen herstellen, die viele Jahre länger halten als der Inhalt.

Das Bewusstsein für und der Anspruch auf Nachhaltigkeit steigen ebenso wie der Verbrauch von Produktverpackungen in Deutschland. 2012 betrug der Verpackungsabfall noch 16,6 Millionen Tonnen, 2014 waren es bereits 17,8 Millionen Tonnen und ein Jahr später 18,2 Millionen Tonnen (Umweltbundesamt 2016/2017). Dafür gibt es viele Gründe: Veränderte Konsumgewohnheiten beispielsweise werden besonders an der „To-go-Mentalität" sichtbar, neue Produkte und Gestaltungsmöglichkeiten wecken Begehrlichkeiten nach einer noch attraktiveren Verpackung.

Wachsendes Verpackungsaufkommen

Insbesondere aber trägt der immer weiter wachsende Online-Versandhandel seinen Beitrag zum steigenden Verpackungsaufkommen bei. Bereits 52 Prozent des deutschen Paketvolumens resultieren aus dem Einkauf im Internet! Damit jedoch sind weitere Anforderungen an das Verpackungsmaterial verbunden. Die Verpackung soll aus Kostengründen möglichst klein, kompakt und gut handhabbar sein, außerdem muss sie das Produkt bis zur Haustür des Konsumenten schützen. Dieser Verbraucherwunsch nach Verpackungsvielfalt muss jedoch in Einklang gebracht werden mit den Interessen der Versandhändler nach größtmöglicher Effizienz bei Lagerhaltung und Verpackungs-Handling. Gleichzeitig erkennen immer mehr Online-Shops die Möglichkeit, die Versandverpackung als Kommunikationsinstrument zu nutzen.

Angesichts der steigenden Verpackungsmengen wird deutlich, warum Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle bei der Auswahl von Verpackungen spielen muss und auch spielt. Auf der Ebene der Gesetzgebung wird dies beispielsweise an der kürzlich verabschiedeten EU-Richtlinie zur „Verringerung des Verbrauchs von kleinen Plastiktüten" deutlich. Diese schreibt vor, dass der Verbrauch von Plastiktüten reduziert werden muss – bis Ende 2019 auf maximal 90, bis Ende 2025 auf maximal 40 Stück jährlich pro Kopf. Noch wesentlich weiter wird die Anfang Januar in einem ersten Entwurf veröffentlichte EU-Strategie zu Kunststoffen gehen. Diese sieht vor, dass bis 2030 alle Kunststoffverpackungen auf dem EU-Markt recyclingfähig sein müssen. Das Schlagwort heißt Kreislaufwirtschaft: Lösungsansätze im Bereich Wiederverwendbarkeit sowie Wiederverwertbarkeit müssen und werden eine zentrale Rolle spielen. Auf den ersten Blick betrifft dies lediglich Plastikverpackungen, eine solch umfassende Strategie wird aber mit Sicherheit Auswirkungen auf Verpackungen allgemein haben.

Sinnvolle Alternativen

Natürlich ist die Botschaft auch bei Industrie und Handel längst angekommen. Es gibt kaum einen Konsumgüterhersteller, der seine Entscheidungen bei Verpackungsfragen nicht mit der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie abgleicht. Und das nicht zuletzt weil der Konsument besonders beim Auspacken seiner Waren feststellt, wie viel Plastik er ungewollt mit eingekauft hat und sich fragt, ob es nicht sinnvollere Verpackungsalternativen gibt. Auch der deutsche Lebensmitteleinzelhandel hat die Botschaft verstanden: Rewe schafft die Plastiktüte ab, Lidl will bis 2025 den Kunststoffgehalt der Verpackungen seiner Eigenmarken um 20 Prozent senken, Aldi Süd hat in den letzten fünf Jahren sein Verpackungsaufkommen um 8 Prozent senken können und auch für Edeka ist die Reduzierung des Verpackungsmaterials ein Kernelement der Nachhaltigkeitsstrategie.

Die perfekte Verpackungslösung gibt es allerdings nicht. Die grundlegenden funktionalen Eigenschaften von Verpackungen dürfen nicht aus den Augen verloren werden, zusätzlich stellt fast jedes Produkt eigene Anforderungen an seine Verpackung – dies erfordert besonders im Food-Sektor innovative Lösungen. Letztlich ist das Verhalten des Kunden eine ganz zentrale Einflussgröße für die Beurteilung der Nachhaltigkeit von Verpackungsalternativen. Eine solche Herausforderung sollte gemeinsam angegangen

n handeln!

Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP), ungsherstellern für Fortschritte in puncto Nachhaltigkeit wichtig sind.

werden und die Vergangenheit hat gezeigt, dass passgenaue Innovationen im Nachhaltigkeitsbereich besonders gut im Rahmen von Multi-Stakeholder-Initiativen gelingen. Das bedeutet, Vertreter von Unternehmen, NGOs, Verbrauchergruppen und aus dem öffentlichen Sektor zusammenzubringen, um gemeinsam angemessene Lösungen zu entwickeln. Denn klar ist, egal ob Reduktion von Verpackungen oder Recycling: Es gibt viele verschiedene Ansätze, die in der Summe zum erwünschten Ziel führen – nachhaltige, ressourcenschonende und damit auch attraktive Verpackungen für alle!

Michael Kuhndt

Executive Director, CSCP

cscp

COLLABORATING CENTRE ON SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

Das CSCP (Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production) ist ein internationaler gemeinnütziger Think- und Do-Tank. Zusammen mit Unternehmen, politischen Organisationen und zivilgesellschaftlichen Akteuren verfolgt das CSCP seine Mission, Nachhaltigkeit im Massenmarkt zu etablieren. Dabei arbeitet das CSCP mit einem kooperativen Ansatz, der sich auf die Zusammenarbeit diverser Organisationen über Ländergrenzen und Sektoren hinweg stützt. Gemeinsam identifiziert, optimiert und skaliert das CSCP transformative Erfolgsgeschichten mit dem Ziel, ein nachhaltiges und gutes Leben für alle zu gewährleisten.

FORUM Ökologisch Verpacken

Das Forum Ökologisch Verpacken ist eine Initiative der Wellpappenindustrie, um gemeinsam mit NGOs, Verbänden und Wissenschaft an der Zukunft der Kreislaufwirtschaft zu arbeiten.

Kreislauf hat Zukunft

Mit dem Forum Ökologisch Verpacken engagiert sich die Wellpappenindustrie in Deutschland, Österreich und der Schweiz für die Stärkung der Kreislaufwirtschaft.

Wenn es um den Umweltschutz geht, haben Verpackungen einen schweren Stand. Die Frage, wie man sich ihrer nach Gebrauch entledigt – sie ent-sorgt –, treibt seit Jahrzehnten die Umweltdiskussion. Dem bedenkenlosen „Wegschmeißen" von Flaschen, Dosen, Bechern und Folien hat bereits Anfang der 90er Jahre der Gesetzgeber einen Riegel vorgeschoben. Mit der vom damaligen Umweltminister Klaus Töpfer ausgearbeiteten Verpackungsverordnung von 1992 begann die Ära der Gelben Säcke und Tonnen. Deutsche Verbraucher entwickelten sich zu Weltmeistern der Mülltrennung. Die Erkenntnis, dass Recycling ein wertvoller Beitrag zum Schutz der Umwelt und zur Schonung von Ressourcen sein kann, wurde Allgemeingut.

Wenn es beim Recycling hakt

Für einige Materialfraktionen, insbesondere Kunststoffe, sieht die Recycling-Realität allerdings auch nach über 25 Jahren intensiver Verpackungsregulierung noch eher grau als grün aus. Nach Schätzungen der deutschen Entsorgungswirtschaft werden bis zu 70 Prozent des gesammelten Plastiks in den Öfen der Müllverbrennungsanlagen und Zementfabriken verfeuert. Viele Medien berichten außerdem über ökologische und gesundheitliche Langzeitfolgen, wenn das biologisch nur schwer abbaubare Material in die Umwelt gelangt und anschließend über Jahrzehnte in Form von „Mikroplastik" Probleme verursacht.

Perfekter Stoffkreislauf

Wie Recycling reibungslos funktioniert, macht dagegen die Wellpappenindustrie vor: Ihre Verpackungen fallen in großen Mengen sortenrein im Handel an und landen anschließend als gefragter Recycling-Rohstoff in den Papierfabriken. Mit dem boomenden E-Commerce kommen seit einigen Jahren auch immer mehr Verbraucher in Kontakt mit Kartons aus Wellpappe. Die allermeisten wissen, dass auch aus dem Zalando- oder Amazon-Karton wieder ein Papierprodukt wird, wenn sie die Verpackungen in die Altpapiertonne geben. So bleibt der Kreislauf in Schwung. Und auch wenn es wirtschaftlich keine große Rolle spielt: Die Tatsache, dass Wellpappe als organisches Material kompostierbar ist und sogar als Gartenhelfer Verwendung findet, ist ein weiterer ökologischer Pluspunkt.

Stoffkreislauf Wellpappe als Modell

Was also liegt näher, als die guten Erfahrungen mit einem perfekt recyclingfähigen Material für alle Wirtschafts-

Online-Shopping-Boom

Durch den Online-Shopping-Boom gelangen immer mehr Wellpappenverpackungen in die Haushalte. Die Verbraucher können sie nach dem Auspacken ganz leicht dem Recycling zuführen.

Peter Feller

Der stellvertretende Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie berichtete über die „Kreislaufwirtschaft in der Ernährungsindustrie" – und stellte die gleichnamige Broschüre vor.

© Mareike Tocha

bereiche noch besser nutzbar zu machen? Mit dieser Zielsetzung engagiert sich der VDW beim Forum Ökologisch Verpacken (FÖV). Dieser Think-Tank der deutschsprachigen Wellpappenverbände mit einem Beirat aus Vertretern von Kundenbranchen, NGOs und Wissenschaftlern hat auch 2017 wieder sehr erfolgreich wertvolle Impulse zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft gegeben. Zielgruppen sind dabei die Abnehmerindustrien, Handelsunternehmen und Meinungsbilder aus Politik und Umweltverbänden. Neben Publikationen, Forschungsbeteiligungen und Kontaktarbeit fokussierte sich die Arbeit auf ein besonderes Highlight: „Grüner verpacken" – eine Diskussionsveranstaltung, die dem dringlichen Thema auf der weltgrößten Ernährungsmesse Anuga eine Bühne geboten hat.

Top-Veranstaltung auf der Anuga

Eingeladen hatte das FÖV gemeinsam mit der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE). Gerade die Lebensmittelhersteller und ihre Partner im Handel sind sehr daran interessiert, die Prinzipien des Stoffkreislaufs auf Basis nachwachsender Rohstoffe für sich nutzbar zu machen. Am Stand der BVE fanden sich deshalb auch viele Nachhaltigkeitsverantwortliche großer deutscher Handelsunternehmen ein. Gerade in Unternehmen mit direktem Verbraucherkontakt stehen die Zeichen auf effizientes Recycling. Veronika Pountcheva, beim Handelskonzern METRO weltweit für Nachhaltigkeitsfragen verantwortliche Gesprächspartnerin, formulierte es so: „Wir fragen uns: Wie können wir mehr in Wellpappe verpacken? Für uns ist besonders wichtig: so wenig Plastik wie möglich, unter anderem weil wir als einer der größten Händler für Fisch besonders sensibel mit dem Thema ‚Kunststoff im Meer' umgehen."

Mit Öko-Effizienz punkten

Aus Sicht des FÖV-Generalbevollmächtigten und VDW-Geschäftsführers Dr. Oliver Wolfrum führt kein Weg an der Ausrichtung der Verpackungsindustrie an effizienten Stoffströmen vorbei. „Wer künftig nicht schlüssig darstellen kann, was er zur Minderung der CO_2-Emissionen und zur Ressourcenschonung beiträgt, stellt sich ins Abseits", zeigte sich Wolfrum in den Kölner Messehallen überzeugt. Bestätigt wurde er darin von Peter Feller, der als stellvertretender Hauptgeschäftsführer der BVE und Beirat im Forum Ökologisch Verpacken den wachsenden öffentlichen und politischen Handlungsdruck aus seiner täglichen Arbeit kennt: „Seit Beginn der Verpackungsgesetzgebung haben die Unternehmen ihre Hausaufgaben gemacht. Schon aus Kostengründen sind die Verpackungen immer leichter geworden." An ökologischen Verbesserungen müsse jedoch kontinuierlich weiter gearbeitet werden. „Nachhaltigkeit in Verpackungsfragen ist längst in unserer Branche angekommen", so Feller.

Circular Economy steht deshalb auch in der Getränkeindustrie ganz oben auf der Prioritätenliste. So setzt die Hansa-Heemann AG, die mit einer Reihe von Getränkemarken im deutschen Handel präsent ist, auf Kreislaufprozesse als wichtigsten Beitrag zur Abfallvermeidung. „Schon beim Design eines Produkts muss an die Einbindung in den Wertstoffkreislauf gedacht werden", erläuterte Andreas Normann, Einkaufsleiter des Abfüllers, überzeugt. Für sein Unternehmen bedeute „grüner verpacken", anhand einheitlicher ökologischer Kriterien Produkte zu entwickeln, die Lebensmittel sicher an den richtigen Ort bringen und nach Gebrauch die weitere Nutzung des Materials ermöglichen.

„Wir haben nur den einen Planeten"

Dass alle diese Anstrengungen letztlich ein gemeinsames Ziel haben, machte der Umweltprofi in der Runde deutlich. Alexander Liedke vom WWF betonte die Dringlichkeit, mehr für den Umweltschutz zu tun: „Wir verbrauchen mehr Ressourcen, als unser Planet uns auf Dauer zur Verfügung stellen kann." Verpackungen können seiner Meinung nach dazu beitragen, die Weichen neu zu stellen, wenn die Möglichkeiten des Recyclings noch effizienter genutzt werden.

FÖV bringt Wellpappe ins Gespräch

Das große Interesse des Publikums, das sich in angeregten Gesprächen nach der Veranstaltung zeigte, belegt: Ökologisches Verpacken ist keine kurzfristige Modeerscheinung, sondern ein Megatrend, der Industrie- und Handelsunternehmen herausfordert. Gerade für die jüngere Managergeneration, die aktuell Verantwortung übernimmt, ist Nachhaltigkeit längst ein „Muss" der Unternehmensführung. Für das FÖV verbindet sich damit die Perspektive, die angestoßenen Dialoge weiter zu vertiefen. Denn: Dem Stoffkreislauf gehört die Zukunft.

Veronika Pountcheva

Als Global Director Corporate Responsibility der METRO AG stellte sie die Frage: „Wie können wir künftig mehr Papierverpackungen nutzen, insbesondere aus Wellpappe?"

© Mareike Tocha

Logistik mit Mehrwert

Maßgeschneidert oder modular: Im Obst- und Gemüsesegment haben Händler und Erzeuger die Wahl, wenn es um Verpackungen geht. Bei der Entwicklung modularer Systeme arbeitet der VDW eng mit dem europäischen Dachverband der Wellpappenhersteller FEFCO zusammen. Mit Erfolg – 2017 wurde der europaweite Common Footprint Quality Standard eingeführt, kurz CFQ.

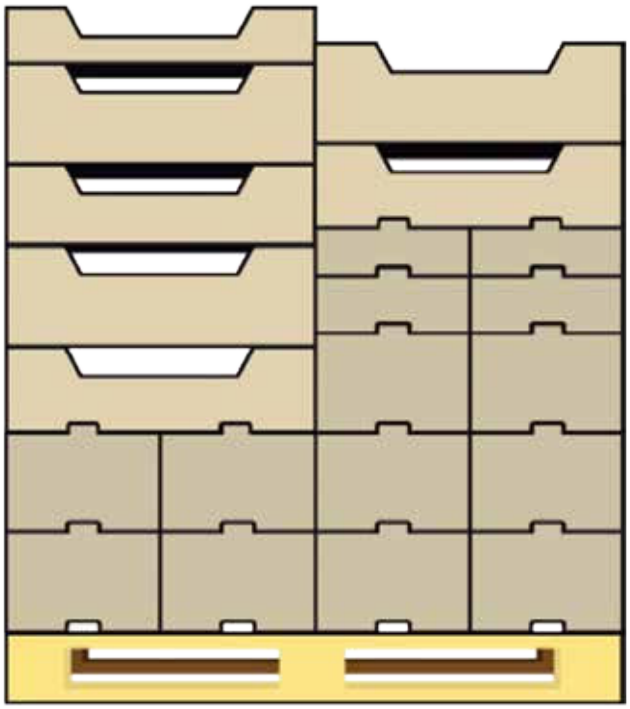
Auf ihrem Weg vom Erzeuger über den Handel bis zum Verbraucher reisen Äpfel, Tomaten und Gurken oft durch ganz Europa – am besten erster Klasse in Wellpappensteigen. Dabei sollen die Früchte frisch und unversehrt die Einzelhandelsauslage erreichen. Und das so kostengünstig wie möglich. „Mit dem europaweit eingeführten CFQ-Standard sind wir einen weiteren großen Schritt in diese Richtung gegangen", sagt Christiane Trumpp vom VDW. „Damit ist gewährleistet, dass in der Frischelogistik leistungsstarke Verpackungen aus Wellpappe in geprüfter Qualität eingesetzt werden."

Trumpp muss es wissen. Die Ingenieurin ist Referentin für Normung und Technik beim VDW, vertritt die Interessen der deutschen Hersteller in der CFQ-Arbeitsgruppe der FEFCO und arbeitet seit 2016 auch im Gemeinschaftsprojekt von FEFCO und Lidl mit, in dem die Anforderungen des Handelsunternehmens an Obst- und Gemüsesteigen festgelegt werden. Dabei stimmt sie sich eng mit den Vertretern der Mitgliedsunternehmen ab, die sich in der CFQ-Arbeitsgruppe des VDW engagieren.

Geprüfte Sicherheit

Die Abnehmer profitieren von der Zusammenarbeit der Branche auf internationaler Ebene: Für Händler und Erzeuger bedeutet der neue Standard ein Plus an Sicherheit. „Hersteller, die Steigen nach dem CFQ-Standard anbieten und mit dem Siegel kennzeichnen, müssen regelmäßig die Qualität und die Einhaltung der Spezifikationen nachweisen“, so Trumpp. „Die Prüfungen erfolgen kontinuierlich durch die nationalen Wellpappenverbände mithilfe von Auditoren und unabhängigen, akkreditierten Prüflaboren.“ Das heißt: Wo CFQ draufsteht, steckt garantierte Qualität drin.

Der logistische Effizienzgewinn entsteht zum einen durch die standardisierten Bodenmaße, die sich an den Abmessungen einer Europalette orientieren. So lassen sich Steigen unterschiedlicher Größe ohne Lücken oder Überhänge auf dem Ladungsträger anordnen. Das gilt auch für die Steigen unterschiedlicher Höhe, zum Beispiel für Kürbisse und Pflaumen. Zum anderen erleichtern ineinandergreifende Stapelnasen und Aussparungen an den Schmalseiten der Steigen das Übereinanderstellen und geben dem Stapel die notwendige Stabilität, um die statischen Belastungen während Lagerung und Transport unbeschadet zu überstehen.



Der VDW hat für den CFQ-Standard Qualitätsregeln und Nutzungsbestimmungen auf seiner Internetseite bereitgestellt. Darin finden sich Details zu den Abmessungen von CFQ-Steigen, Empfehlungen zur Palettierung, Informationen zu den technischen Spezifikationen und Anforderungen an die Steigen, die Beschreibung der Qualitätskontrolle und weitere Informationen. Download unter: wellpappen-industrie.de/wellpappe/standardisierung.html

Der CFQ-Standard stellt die Stapelbarkeit auch bei unterschiedlichen Abmessungen sicher.

Verband der Wellpappen-Industrie e.V.
Hilpertstraße 22
64295 Darmstadt
Tel.: 06151 9294-0
Fax: 06151 9294-30
info-vdw@vdw-da.de
www.wellpappen-industrie.de

Forum Ökologisch Verpacken e.V.
Bockenheimer Landstraße 31
60325 Frankfurt
Deutschland
Tel.: 069 170071-11
Fax: 069 170071-37
info@oekologisch-verpacken.com
www.oekologisch-verpacken.com

wfp
Institut für Wellpappenforschung
und -prüfung GmbH
Hilpertstraße 22
64295 Darmstadt
Tel.: 06151 9294-0
Fax: 06151 9294-30
www.wfp-institut.de

Gütegemeinschaft Wellpappe e.V.
Hilpertstraße 22
64295 Darmstadt
Tel.: 06151 9294-11
Fax: 06151 9294-511
www.ral-wellpappe.de

RESY
Organisation für Wertstoffentsorgung GmbH
Hilpertstraße 22
64295 Darmstadt
Tel.: 06151 9294-22
Fax: 06151 9294-522
www.resy.de

IMPRESSUM
Herausgeber: Verband der
Wellpappen-Industrie e.V.
Fotos: VDW, BVE, Mareike Tocha, CSCP, FEFCO,
Lufthansa Cargo, ©contrastwerkstatt-fotolia.com,
©alphaspirit-fotolia.com, ©Kadmy-fotolia.com
© Mai 2018

FachPack, 26.09.2018
Forum Wellpappe
www.wellpappen-industrie.de

Alle suchen nach der **Erfolgsformel** im **E-Commerce.**

Wir **verraten** Sie Ihnen:

FEFCO 0201

Versandkartons aus Wellpappe.

www.wellpappen-industrie.de

VDW
Die Wellpappenindustrie