

Berlin. Die unter anderem von Getränkefachgroßhändlern, Privatbrauereien und der Deutschen Umwelthilfe (DUH) getragene „Allianz für Mehrweg“ erwartet, dass mehr als 5 000 Betriebe bei der aktuellen Kampagne „Mehrweg ist Klimaschutz 2009“ teilnehmen. Die an Verbraucher adressierte Aktion



weist auf die Klimafreundlichkeit von Mehrweglösungen und die Klimaschädlichkeit von Plastik-Einwegflaschen hin. Der an der Initiative beteiligte „Arbeitskreis Mehrweg“ offeriert dem Handel ein PR-Paket (A2-Plakat, Handzettel und Give-away-Einkaufswagenchip) und bietet Verbrauchern ein Online-Gewinnspiel an. lz 17-09

Wal-Mart Kanada wird noch grüner

Mississauga. Wal-Mart Kanada hat eigenen Angaben zufolge ein „Null-Abfall“-Programm (Zero Waste) gestartet und zudem den Einsatz umweltfreundlich erzeugten Stroms „signifikant“ erhöht. Das kanadische Topmanagement plant jetzt weitere „kühne“ Maßnahmen, um Nachhaltigkeitsziele in puncto Abfallmanagement, Energieverbrauch, Verpackungsreduktion und Sortimentspolitik zügig erreichen zu können. lz 17-09

Branche feuert auf vielen Zylindern

Getränkedosen-Absatz steigt – Zuwachs auch in Deutschland – Hersteller basteln am Produktimage

Frankfurt. Trotz Bremswirkung durch das deutsche Einwegpfand gewinnen Getränkedosen europaweit an Boden. Die Industrie baut auf den Einweg-Trend und fokussiert Form und Design ihrer Produkte gezielt auf vorwiegend junge Zielgruppen.

Im Rekordjahr 2007 war der Europa-Absatz an Getränkedosen um 10,2 Prozent auf 50,2 Mrd. Stück hochgeschwollen. 2008 stieg die Menge um weitere 5 Prozent. Angesichts der rückläufigen Weltkonjunktur freuen sich Welf Jung und Sigrid Küchmeister über „robustes, stabiles Branchenwachstum“. Der Marketingdirektor des Branchenprimus Rexam und seine für den Hauptwettbewerb Ball Packaging Europe (BPE) tätige Kollegin führen das Wachstum primär auf Süd- und Osteuropa sowie Skandinavien zurück. Obendrein profitiere die Dose vom steigenden Bedarf an Convenience- und Einwegverpackungen.

Nach Zahlen des Industrieverbands Beverage Can Makers of Europe (BCME) lag Westeuropa einschließlich des Hauptmarkts Großbritannien (Absatz: 8,5 Mrd. Stück) 2008 bei plus 3,4 Prozent. In

Deutschland, wo 2006 nur noch 250 Mio. (2002: 7 Mrd.) Dosen ausgetrunken wurden, ist der Verbrauch laut Jung auf immerhin 600 bis 650 Mio. Stück geklettert. Größter Vermarkter ist die Rewe, die laut BCME 7 Prozent ihres Bierumsatzes mit Gerstensaft in Dosen bestreitet. Einer neuen Studie der Burgauer Beratungsgesellschaft

CIS zufolge haben Einweggebinde auch im Biermarkt gute Zuwachschancen. Die Marktbeobachter argumentieren teils mit der „weiteren Konsolidierung“ der Brauereibranche, teils damit, dass Dosen nur halb so viel Logistikaufwand wie Flaschen erforderten und auch beim Leerguthandling kostengünstiger seien.

Die Innovationsstrategie der drei BCME-Mitglieder ist klar auf die vorwiegend jungen Dosenverwender fokussiert. Der Absatz der zuerst von Ball 2004 eingeführten, für kalorienarme Drinks und die Zielgruppe Frauen konzipierten „Sleek“-Variante stieg bis 2008 auf 750 Mio. Stück europaweit. Ähnliche Schlagkraft müssen die in Frankreich debütierte, wiederverschließbare Dose und der weniger Aluminium benötigende CDL+-Deckel erst noch unter Beweis stellen.

„Getränkedosen verzeichnen ein robustes Wachstum in ganz Europa“

Sigrid Küchmeister, Director Marketing, Ball Packaging Europe

Hohe Erwartungen haben die Marktführer an Verfahren, mit denen Dosen digital in hoher Qualität mit Rundum- oder Detailprägungen bedruckt werden können. In Kooperation mit Abfüllern werden so Promotionevents und Großereignisse mit individuell gestalteten Getränkezyklindern bedient. Im Fokus stehen neben den Klassikern Bier und Softdrinks vor allem Nischenprodukte. Laut Welf Jung ist der europäische Markt für in Dosen abge-



Imagearbeit: Die Dosenindustrie baut strategisch auf die Faktoren Design, Lifestyle und Nachhaltigkeit.

füllte, auch in Deutschland pfandfreie Weinerzeugnisse seit 2006 „um 500 Prozent“ gewachsen.

Von den Konkurrenten PET und Glas grenzen Ball, Rexam und Crown ihre Metallzylinder auch mit Öko-Argumenten ab. Betont wird, dass in Deutschland 89 Prozent der Aluminiumdosen ohne Qualitätsverlust recycelt würden. Im Vergleich zur Neuproduktion spare dies 95 Prozent des Energiebedarfs ein und trage erheblich zur Senkung des CO₂-Ausstoßes bei. Zudem sei es gelungen, das Gewicht eines Halbliterbehälters seit 1979 von 80 auf 16 Gramm zu senken. „Dosenwände sind heute dünner als ein menschliches Haar“, weiß Rexam-Fachmann Welf Jung. hdw/lz 17-09

Industrie und Handel früher Zugriff aufs Steuerrad. Kein Bedauern, dass dies passé ist?

Nein. Die Marktöffnung hat sich im Sinne von besserer Kostenstruktur, Transparenz, Flexibilität und Service bewährt.

Für neun duale Systeme sehen Experten keinen Platz am Markt. Was, wenn tausende Inverkehrbringer schon bald einem von Finanzinvestoren und Großrentnern kontrollierten Oligopol gegenüberstehen?

Das Bundeskartellamt verlangt klare Ausschreibungen: Das beste Angebot erhält den Zuschlag. Auch in Zukunft sehe ich keine Verletzungen des Wettbewerbs. Darüber hinaus können Inhouse-Lösungen von integrierten Lizenzierungsdienstleistern und Entsorgungsunternehmen Beiträge für eine effizientere Struktur sein.

Stichwort Produktverantwortung: Wie könnten Industrie und Handel ihre Pflicht erfüllen, sollte das duale System scheitern?

Die Recyclingbranche wird lernen, mit den Schwankungen auf den Rohstoffmärkten zurechtzukommen. Auch wenn einige Beteiligte möglicherweise wirtschaftlichen Schwierigkeiten entgegensehen, ist das duale System grundsätzlich nicht bedroht.

Was erwarten Sie aktuell von der für die Verpackungsverordnung zuständigen Politik?

Der Markenverband hat mit seiner Vereinbarung zur Gütesicherung einen überaus wichtigen Beitrag zur erfolgreichen Umsetzung der 5. Novelle der Verpackungsverordnung geleistet. Jetzt ist es wichtig, das neue Verfahren arbeiten zu lassen. Von der Politik erwarten wir daher vor allem verlässliche Rahmenbedingungen. hdw/lz 17-09