



PRESSEINFORMATION

IPV Frühjahrstagung 2010:

Verpackungstrends und Krisenstrategien im Fokus

Mit einer hochkarätigen Besetzung an Referenten gestaltete der IPV, Industrieverband Papier- und Folienverpackung e.V., Frankfurt, seine traditionelle Frühjahrstagung 2010 Mitte März 2010 in Mühlheim-Lämmerspiel. Zukunftstrends bei flexiblen Verpackungen sowie Orientierungsparameter für das Management in wirtschaftlich turbulenten Zeiten standen im Mittelpunkt der sehr gut besuchten Tagung.

In seiner Begrüßung wies R. Schäfer, Vorsitzender des IPV, auf 2010 als ein schwieriges Wirtschaftsjahr hin. Als große Herausforderung für die IPV-Mitgliedsunternehmen sieht er den weiter wachsenden Kostendruck, der durch steigende Rohstoffpreise verschärft wird. Gerade den mittelständisch geprägten IPV-Mitgliedsunternehmen, häufig in Form von Familienunternehmen, bescheinigt er durch ihren langfristigen Unternehmensansatz ein gutes Durchstehen in wirtschaftlich unruhigen Zeiten.

Trends und Entwicklungen im Verpackungsmarkt zeigte Kurt Schüler, Geschäftsführer der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung (GVM), Wiesbaden auf. Die Substitutionsprozesse zugunsten von Kunststoff sind weitgehend abgeschlossen, eine größere Dynamik im Verbrauch von Kunststoffverpackungen sei aufgrund der Marktforschungsergebnisse nicht zu erwarten. Auch die noch hohen Zuwachsraten bei Kunststoffverbunden sieht der Verpackungsmarktforscher im Abflachen begriffen. Convenience war der Haupttrend im Verpackungsmarkt in den vergangenen zwanzig Jahren und wird es auch in Zukunft bleiben. Einen weiteren Trend erkennt Kurt Schüler in der Orientierungsfunktion der Verpackung und fasst darin die Bandbreite an emotionaler Nutzenstiftung der Verpackung zusammen. Der Schlüsseltrend ist seiner Meinung nach die Nachhaltigkeit der Verpackung, die Kurt Schüler nicht als „kleine Renaissance“ des Umweltthemas interpretiert, sondern als das zentrale und globale Zukunftsthema. Glaubhaftigkeit sieht er dabei als zwingende Voraussetzung. Bei den Bio-Verpackungen kommt es nach seinen Ausführungen darauf an, dass die Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen stammen und weniger auf ihre biologische Abbaubarkeit. Nach seiner Prognose werden Bio-Verpackungen hohe Wachstumsraten erzielen.

Unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit stellten Markus Schmid und Dr. Claudia Schönweitz vom Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung in Freising Neuentwicklungen bei flexiblen Verpackungen vor. Sie zeigten beispielhaft aktuelle Forschungsprojekte mit Biopolymeren in der Papier- und Folienanwendung. Bei dem am weitesten fortgeschrittenen WheyLayer-Projekt der EU, einem gemeinsamen Forschungsprojekt der Verpackungs- und Milchindustrie, geht es um die Entwicklung von mit Molkeprotein beschichteten Kunststofffolien, um vor allem Beschichtungsmaterialien aus nicht nachwachsenden Rohstoffen zu ersetzen, die Barriereigenschaften zu optimieren und die Haltbarkeit von Lebensmitteln zu verlängern. Der Proteinfilm aus Molke auf PET bietet nach Aussagen der Forscher z.B. hervorragende Barriereigenschaften gegen Sauerstoff und Feuchtigkeit und kann dazu natürliche antimikrobielle und antioxidative Wirkstoffe enthalten. Bei einem weiteren EU-Forschungsprojekt geht es um die Entwicklung eines innovativen, öko-effizienten, flexiblen Packstoffes aus nachwachsenden Rohstoffen. Das Aufbringen einer Barrierschicht auf Papier im Bedampfungsverfahren hat gezeigt, dass die Permeabilität gegen Wasserdampf und Sauerstoff reduziert werden kann.

In diesem Zusammenhang gab Sonja Stockhausen, Geschäftsführerin der GEWI Wirtschaftsberatung in Erkrath, wertvolle Hinweise, wie mittelständische Unternehmen von nationalen und internationalen Fördermitteln profitieren können. Da in Deutschland nach ihren Ausführungen ein ausgeprägter „Förderdschangel“ herrscht, lohnt sich das Einbeziehen von spezialisierten Fördermittelberatungsunternehmen. Ihren Angaben zufolge haben 76% aller kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland noch nie Fördermittel genutzt und 40% aller Fördermittel werden überhaupt nicht abgerufen.

Dr. Wolfgang Jeschke, Geschäftsführer der Unternehmensberatung GC Graphic Consult in Unterschleißheim/München, ging in seinem Referat „Erfolgreich durch stürmische Zeiten“ auf zentrale Krisenindikatoren ein, die von Unternehmen als Frühwarnzeichen häufig nicht ausreichend beachtet werden. Beispielhaft erläuterte er interne und externe Warnsignale im Unternehmen und stellte praxistaugliche Reaktionsstrategien in der Krise vor.

Frankfurt, 17. März 2010