

Branchenreport Verpackungsindustrie



Die Verpackungsindustrie in Deutschland

Impressum

Branchenreport Verpackungsindustrie

06 / 2010
05. Juli 2010

Eine Branchenanalyse erstellt im Auftrag der IG Metall und der IG BCE

Autor:

Reinhard Röhrig, Karoline Mis, Stefan Wieschebrock,
unter Mitarbeit von
Jörg-Peter Skroblin und Frank Blauschke
PCG – Project Consult GmbH Essen
roehrig@pcg-projectconsult.de

Gestaltung und Vertrieb:

Christian Heide

Bezugsmöglichkeiten:

IG Metall Vorstand
Wirtschaft, Technologie, Umwelt
D-60519 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (69) 6693 2442

Fax: +49 (69) 6693 80 2442

Mail: Christian.Heide@igmetall.de

online www.igmetall.de/download

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	5
1. Einleitung	7
1.1. Was ist die Verpackungsindustrie?	7
1.2. Bedeutung und Stellenwert der Branche	8
1.3. Hintergrund und Anlass der Branchenanalyse sowie methodische Vorgehensweise	11
1.4. Aufbau der Studie	12
2. Allgemeine wirtschaftliche Entwicklung	14
2.1. Marktanteile und wirtschaftliche Entwicklung der Segmente in der Verpackungsindustrie in Deutschland	16
2.2. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Papier, Karton, Pappe (Wellpappe)	17
2.2.1. Umsatzentwicklung und Exporte	17
2.2.2. Produktivität und Beschäftigte	20
2.3. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Kunststoff	21
2.3.1. Umsatzentwicklung und Exporte	21
2.3.2. Produktivität und Beschäftigte	22
2.4. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Metall	23
2.4.1. Umsatzentwicklung und Exporte	23
2.4.2. Produktivität und Beschäftigte	26
2.5. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Behälterglas	29
2.5.1. Umsatzentwicklung und Exporte	29
2.5.2. Produktivität und Beschäftigte	30
2.6. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Holz	33
2.6.1. Umsatzentwicklung und Exporte	33
2.6.2. Produktivität und Beschäftigte	33
3. Standorte und Märkte	37
3.1. Papier	37
3.2. Kunststoff	38

3.3.	Metall	38
3.4.	Glas	39
3.5.	Holz	39
4.	Rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen	41
5.	Einflussfaktoren und Herausforderungen an die Verpackungsindustrie	43
5.1.	Strukturwandel durch Globalisierung	44
5.2.	Strukturwandel durch gesellschaftliche Veränderungen	45
5.3.	Innovationsanstrengungen der Branche	46
5.3.1.	Papier	47
5.3.2.	Kunststoff	47
5.3.3.	Metall	48
5.3.4.	Glas	48
5.3.5.	Holz	48
5.4.	Ökologische Wandlungsprozesse und Umweltaspekte	49
6.	Mitbestimmung in der Branche	51
6.1.	Die Situation der Beschäftigten	52
6.2.	Anforderungen an die Beschäftigten	52
6.3.	Handlungsfelder der gewerkschaftlichen Gestaltungspolitik	53
6.3.1.	Perspektiven einer arbeitnehmerorientierten Industriepolitik	55
6.3.2.	Gewerkschaftliche Handlungsfelder auf europäischer Ebene	56
7.	Fazit	57
	Literaturverzeichnis	59
	Abbildungsverzeichnis	63
	Anlage - Branchendaten	65

Kurzfassung

Die Verpackungsindustrie ist eine stark fragmentierte Branche. Durch die Anzahl der Beschäftigten und die Bedeutung von Verpackungen im Warentransport und der -aufbewahrung kann die Branche als wichtiges Bindeglied zwischen Produktion und Endverbraucher bezeichnet werden. Die Struktur der einzelnen Teilsegmente unterscheidet sich teilweise deutlich und spiegelt sich in der gemeinsamen gewerkschaftlichen Zuständigkeit von IG Metall und IG BCE wider. In der Branchenanalyse wurden fünf Teilsegmente der Verpackungsindustrie untersucht. Diese sind Papier, Kunststoffe, Metall, Glas und Holz.

Für die deutschen Verpackungsmittelhersteller gewinnt die Internationalisierung ihrer Aktivitäten derzeit mehr denn je an Bedeutung. Die größten Wachstumspotenziale liegen dabei in den aufstrebenden Regionen Osteuropas und mehr noch in Asien, das sich bis zum Jahre 2015 zum weltweit größten Verpackungsmarkt entwickeln dürfte. Unternehmen, die von dieser Dynamik profitieren wollen, müssen nach Ansicht von Branchenexperten frühzeitig investieren – sei es in ein effizientes Vertriebssystem oder in eine Produktion vor Ort.

Doch auch die heimischen Märkte stehen nicht still. Einerseits wird sich der Preis- und Kostendruck im Massengeschäft unvermindert fortsetzen. Andererseits gilt es für die Unternehmen, sich mit hoher Innovationskraft auf neue, nicht zuletzt demografisch bedingte Konsumprofile in Deutschland einzustellen. Die Verpackung von morgen muss zielgruppenspezifisch, convenience-orientiert und intelligent sein. Eine zunehmend bedeutende Rolle dürfte hierbei der RFID-Technologie zukommen. Hierbei handelt es sich um einen elektronischen Bestandteil der Verpackung mit perspektivisch vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten beispielsweise in der automatischen Lagerbestandskontrolle oder in der elektronischen Artikelsicherung.

Angesichts dieser vielfältigen Herausforderungen ist festzustellen, dass viele Verpackungsmittelhersteller die Mitte 2008 einsetzende weltweite Konjunktur- und Wirtschaftskrise zur Konsolidierung ihrer finanziellen Situation genutzt haben. Vor diesem Hintergrund sollten aber insbesondere die kleineren und mittelgroßen Verpackungshersteller verstärkt das Thema Kooperation und strategische Partnerschaften in den Fokus nehmen, um gemeinsam mit anderen Anbietern über eine gebündelte Innovationskraft neue Marktpotenziale im In- und Ausland erschließen zu können und wettbewerbsfähig zu bleiben.

In einer langfristigen Betrachtung konnte die Verpackungsindustrie Sektor übergreifend von 1996 bis 2009 ihren Umsatz um rund 40 Prozent erheblich steigern, wobei die Beschäftigtenzahlen im gleichen Zeitraum deutlich gesunken sind (Papierverpackungen -14 Prozent, Kunststoffverpackungen -11 Prozent, Hohlglas -43 Prozent sowie Metallverpackungen -39 Prozent). Im Jahr 2009 arbeiteten noch 115.685 Beschäftigte in der deutschen Verpackungsindustrie. Im Beobachtungszeitraum der Branchenanalyse, zwischen 2005 und 2009, konnten zumindest bis zur Wirtschaftskrise in vielen Segmenten steigenden Beschäftigtenzahlen registriert werden. Mit Beginn der Wirtschaftskrise ist jedoch wieder ein Trend zum Beschäftigungsabbau zu beobachten.

Beim Produkt Verpackung handelt es sich um ein hoch flexibles Produkt, welches schnell und direkt an Kundenwünsche angepasst werden muss. Innovationsansätze gewinnen daher immer mehr an Bedeutung, da insbesondere der Stellenwert von konsumentennahen Verpackungen gestiegen ist. Neben dem Kaufanreiz, welcher von einer Verpackung ausgehen soll, spielen auch immer mehr ökologische Aspekte einer Verpackung bei den Endverbrauchern eine Rolle und beeinflussen die Kaufentscheidung.

Aufgrund der steigenden Automatisierung und Technisierung der Verpackungsbranche steigen auch die Qualifikationsanforderungen an die Mitarbeiter. An- und ungelernte Kräfte werden kaum noch eingesetzt und es entwickeln sich verpackungsspezifische Ausbildungsberufe und Studiengänge.

Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz gewinnen auch für die Verpackungsproduzenten eine immer größere Bedeutung. Neben den rechtlichen Rahmenbedingungen und den daraus resultierenden Auflagen, entstehen den Verpackungsherstellern aufgrund der schwankenden Rohstoffpreise wettbewerbliche Vorteile, wenn sie auf ökologischere und effizientere Produkte und Produktionsprozesse setzen.

Rechtliche Änderungen der Rahmenbedingungen wie die Einführung des Dosenpfands hatten unmittelbare Auswirkungen auf den Verpackungsmarkt. Es kam zu Marktverschiebungen, von Dosen- zu PET¹-Herstellern, und damit zu einem massiven Absatzeinbruch bei den Dosenproduzenten. Dieser konnte nur durch eine Ausweitung der Exporttätigkeiten kompensiert werden.

Das mit der Verpackungsindustrie in gegenseitiger Abhängigkeit befindliche Segment der Verpackungsmaschinenhersteller gehört weltweit zu der Spitzengruppe im Export. Aufgrund der erhöhten Nachfrage insbesondere in den Schwellenländern konnten sie ihre Umsätze in den letzten Jahren beachtlich steigern. Aufgrund ihrer Exportabhängigkeit waren sie jedoch gravierender von der Wirtschaftskrise betroffen und mussten Einbrüche bis zu 25 Prozent hinnehmen. Aufgrund der technischen Abhängigkeit zwischen Maschinenherstellern und Verpackungsproduzenten sollte an dieser Stelle eine noch stärkere Vernetzung und ein intensiverer Austausch stattfinden.

Zusammenfassend kann die Verpackungsindustrie als differenzierter und kundenorientierter Wachstumsmarkt charakterisiert werden. Die Branche ist zunehmend auf qualifiziertes Fachpersonal angewiesen, welches auch in der derzeitigen Krise beispielsweise durch Kurzarbeit möglichst im Beschäftigungsverhältnis gehalten werden soll. Die Anforderungen an Verpackungen und somit auch an ihre Produzenten werden aufgrund des sich ändernden Kaufverhaltens weiterhin steigen und zu neuen Produkt- und Prozessinnovationen führen.

¹ PET: Polyethylenterephthalat, ein thermoplastischer Kunststoff aus der Familie der Polyester

1. Einleitung

1.1. Was ist die Verpackungsindustrie?

Die Verpackungsindustrie umfasst einen breit gefächerten Wirtschaftsbereich, welcher unterschiedliche Industriesegmente beinhaltet. Aus diesem Grund bedarf die Frage nach den Gemeinsamkeiten bzw. Unterschieden der einzelnen Segmente einer Einordnung und Kategorisierung.

Schon anhand des Lebensweges einer Verpackung (life cycle) wird die Komplexität der Aufgaben und Produkte besonders deutlich. Im ersten Schritt werden die Packmittel hergestellt. Diese bestehen aus den so genannten Packstoffen, die zu Verpackungsmaterialien verarbeitet werden. Typische Verpackungsmaterialien sind Papier, Karton, Vollpappe, Wellpappe, Holz, Blech, Kunststoff oder Glas. Die Packmittel (die eigentliche Verpackung) müssen so hergestellt werden, dass sie ihre substantiellen Funktionen (Schutz, Logistik, Marketing) erfüllen können. Diese Funktionen kommen in der Lagerung und Distribution des Produktes im Handel sowie beim Gebrauch des Produktes durch den Kunden zur Entfaltung. Der letzte Schritt im Lebensweg einer Verpackung ist die Entsorgung. In der Bundesrepublik Deutschland ist eine Recyclingquote von 63 % vorgeschrieben, hierdurch wird der „life cycle“, der als Kreislauf beschrieben wird, vervollständigt.²

Verpackungen formen aus einer oder mehreren Produkteinheiten eine logistische Einheit (unit load) und unterstützen damit Prozesse der Logistik und des Handels. Die Beschaffenheit der Verpackung wird in erster Linie durch ihre Funktion bestimmt. Hierbei kann zwischen Primär-, Sekundär- und Tertiärfunktion unterschieden werden:

- Zu den Primärfunktionen gehören u. a. Schutzfunktion, Lagerfunktion sowie Lade- und Transportfunktion.
- Als Sekundärfunktionen gelten insbesondere Verkaufsfunktion, Werbefunktion, Dienstleistungsfunktion und Garantiefunktion.
- Die Tertiär- oder Zusatzfunktion bezieht sich insbesondere auf die Weiterverwendung von Packstoffen bzw. Packmitteln nach Benutzung des Packgutes. Als wichtigstes Beispiel ist das Recycling von Papier-, Papp- und Kartonverpackungen zu Altpapier zu nennen.

Diese komplexe Wertschöpfungskette spiegelt auch die Bandbreite an Unternehmen wider, die in der Verpackungsindustrie tätig sind. Neben der Herstellung von Packstoffen und Packmitteln sind der Verpackungsmaschinenmarkt mit den zugehörigen Geräte- und Zulieferanten sowie die Dienstleister, die das Segment Recycling beliefern, mit in das Marktgeschehen eingebunden.³ Die Divergenz der Verpackungsindustrie zeigt sich auch anhand der vielfältigen Verbandsstrukturen,

² Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. 2010a, SVI 2008

³ Schweizerisches Verpackungsinstitut 2007

deren zur Verfügung gestellte Informationen ebenfalls in die Analyse mit eingeflossen sind.

IG Metall und IG BCE betreuen unter Wahrung der Grundsätze zur Tarifeinheit ihre im Kunststoffsegment tätigen Mitglieder gemeinsam, während in anderen Bereichen der Verpackungsindustrie die Zuständigkeiten eindeutiger getrennt sind.

Weiterhin existiert eine Reihe von Vertretungsorganisationen der Branche. Neben den Verbänden des Gemeinschaftsausschusses Deutscher Verpackungshersteller (GADV) sind dies:

- der Bundesverband Glasindustrie (BVGlas) e.V.,
- der Gesamtverband der Aluminiumindustrie (GDA) e.V. ,
- die Industrievereinigung Kunststoffverpackungen (IK) e.V.,
- der Verband Metallverpackungen (VMV) e.V. und
- die Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung (WPV) e.V.

und darüber hinaus (wobei hier kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben wird):

- der Hauptverband der Papier, Pappe und Kunststoffe verarbeitenden Industrie e.V. (HPV)
- der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA)
- der Bundesverband Holzpackmittel, Paletten, Exportverpackung e.V. (HPE).

1.2. Bedeutung und Stellenwert der Branche

Verpackungen sind Indikatoren für den Wohlstand einer Gesellschaft. Aus diesem Grund verbrauchen Westeuropa, Nordamerika und Japan etwa zwei Drittel aller weltweit eingesetzten Verpackungen. Dies bedeutet umgekehrt, dass 90 Prozent der Weltbevölkerung nur ein Drittel der Verpackungen verbrauchen. Die Bedeutung der Verpackung spiegelt sich aber auch im Anteil des Verpackungswertes in Relation zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) wider. In den Industrienationen liegt dieser Wert zwischen einem und zwei Prozent, in den Entwicklungs- und Schwellenländern beträgt der Anteil lediglich 0,5 Prozent.

Die Verpackungsindustrie nimmt eine Mittlerposition zwischen den Produzenten und den Konsumenten ein, so dass sie sehr schnell auf Veränderungen der Kundenwünsche reagieren muss. Eine hohe Flexibilität und technisierte Produktionsabläufe charakterisieren weitestgehend die Branche. Neben Innovationen bei der Beschaffenheit der Packmittel spielen auch gesetzliche Normen bei der Weiterentwicklung von Verpackungen eine große Rolle.

So führte die Verpackungsverordnung aus dem Jahre 1991 zu einem deutlichen Rückgang bei allen Packmitteln. Der Anteil des Produktionswertes⁴ aller Verpackungsmittel sank dementsprechend bis Mitte der 1990er Jahre von 1,5 Prozent auf 1,1 Prozent des BIP. Bis 2000 blieb dieser Anteil nahezu konstant, ehe er seit Beginn des 21. Jahrhunderts wieder kontinuierlich stieg.⁵

Dies bedeutet, dass in diesem Zeitraum die Menge der Güter, die verpackt werden mussten, nicht abgenommen hat, dafür aber Verpackungen eingespart wurden (z.B. durch dünnwandigere Packmittel). In den letzten Jahren konnten die Branchen einen kontinuierlichen Anstieg der Umsätze verzeichnen. Im Jahr 2008 erzielte die Verpackungsindustrie einen Umsatz von 24,9 Milliarden Euro. Die Weltwirtschaftskrise ging auch an der Branche nicht spurlos vorüber. In 2009 sank der Umsatz auf 21,8 Milliarden Euro (-15 Prozent) ab.

Laut Ernst Berndl, dem Präsidenten der Messe „interpack“, waren 2005 in der Verpackungsindustrie rund 140.000 Mitarbeiter beschäftigt.⁶ Neuere Angaben des Statistischen Bundesamtes ergeben für die untersuchten Teilbereiche der Verpackungsbranche eine Beschäftigtenzahl von ca. 115.000 im Jahre 2009. Diese Zahl steht jedoch in gravierendem Widerspruch zu den Angaben des deutschen Verpackungsinstituts e.V. (dvi), wonach in der Verpackungsindustrie rund 400.000 Beschäftigte arbeiten. Somit würde die Branche den fünftgrößten Industriezweig in Deutschland darstellen.⁷

Diese sich widersprechenden Aussagen lassen vermuten, dass die seitens des dvi angegebenen Beschäftigtenzahlen nicht ausschließlich Arbeitsplatzkapazitäten in der Verpackungsindustrie, sondern auch Arbeitsplätze über Verflechtungen zu Zulieferern u. a. berücksichtigen. Die der vorliegenden Studie zugrunde liegenden Beschäftigtenzahlen basieren ebenso wie die nachfolgend dargelegten quantitativen Daten zur wirtschaftlichen Entwicklung der Verpackungsindustrie deshalb auf den Angaben des Statistischen Bundesamtes.

Branchenübergreifend bewegt sich die Verpackungsindustrie überwiegend in mittleren bis kleinen Betriebsgrößen. Je nach Teilbranche kann die Anzahl der größeren Betriebe jedoch auch zunehmen. Dabei bilden Betriebe mit über 1.000 MitarbeiterInnen in allen Bereichen die Ausnahme. Hier handelt es sich in den meisten Fällen um Produktionsstandorte von global agierenden Konzernen.

⁴ Der Produktionswert errechnet sich aus dem Umsatz:
+ Sonstige betriebliche Erträge (ohne Subventionen)
+ Bestand an Handelswaren am Ende des Geschäftsjahres
- Bestand an Handelswaren am Anfang des Geschäftsjahres
+ Bestand an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen, sowie selbst hergestellte oder bearbeiteten Halb- und Fertigerzeugnisse am Ende des Geschäftsjahres
- Bestand an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen, sowie selbst hergestellten oder bearbeiteten Halb- und Fertigerzeugnisse am Anfang des Geschäftsjahres
- Bezüge von Handelswaren.

⁵ Dresdner Bank 2004

⁶ ECONOMY.ONE GmbH 2005

⁷ Network Press Germany GmbH 2007

Den Teilbereichen der Papier, Pappe und Kunststoffe verarbeitenden Industrie können in Deutschland über 500 Betriebe zugeordnet werden. Hiervon haben etwa 98 Prozent weniger als 500 Beschäftigten und erzielen ca. 80 Prozent des Gesamtumsatzes der Branche.⁸ Die regionale Struktur und die kleinen Betriebsgrößen sind besonders im Bereich der Holzverpackungen ausgeprägt.

Anzahl der Betriebe zwischen 2005 und 2009

Branche	Betriebsanzahl 2005	Betriebsanzahl 2009
Papier/Pappe	302	314
Kunststoff	220	234
Metall	137	137
Holz	26	41
Glas (Hohlglas)	59	52

Quelle: Statistisches Bundesamt

Kunden für die verschiedenen Packmittel sind Unternehmen aus den folgenden Branchen:

- Nahrungs- und Genussmittelindustrie,
- Getränkehersteller,
- Pharmaindustrie,
- Kosmetikindustrie,
- Chemieindustrie und
- Verarbeitende Industrie.

Im Zuge der Konzentration auf die eigentlichen Kernkompetenzen, die von zahlreichen Unternehmen in den letzten Jahren als strategische Maßnahme verfolgt wurde, ist keine Tendenz von Produzenten erkennbar, ihre Verpackungen selber zu produzieren. Somit droht den Verpackungsherstellern von dieser Seite aus keine Konkurrenz.

Die Hersteller von Verbrauchsgütern sind als Kunden der Verpackungsindustrie jedoch in einer Treiberfunktion zu sehen. Hier ist insbesondere die hohe Abhängigkeit von Kundenwünschen und deren Anforderungen an die Verpackung kennzeichnend, die einem ständigen Wandlungsprozess unterliegt, so dass eine hohe Flexibilität bezüglich der angebotenen Produktpalette vorausgesetzt wird. Doch aufgrund der hohen Anforderungen an die einzelnen Verpackungsmaterialien können auch Entwicklungszeiten für den Zeitraum „Entwicklungsstadium zur Produktreife“ von bis zu zwei Jahren angenommen werden.

⁸ Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung e.V., o.J.

1.3. Hintergrund und Anlass der Branchenanalyse sowie methodische Vorgehensweise

Die Verpackungsindustrie ist ein sehr spezialisierter und zugleich differenzierter Industriebereich. Dieser entwickelt und produziert so genannte „Packmittel“ von der einfachen Verpackung, z.B. für Nahrungsmittel und Konsumgüter des täglichen Bedarfs, bis hin zu komplexen Transport- und Lagerungssystemen für chemische oder nukleare Stoffe. In der gesamten Produktionsbreite der Branche sind insbesondere Betriebe der Papier,- Kunststoff,- Holz,- Metall- und Glasindustrie zu nennen.

Ein weiteres Kennzeichen der Branche ist, dass sie eine wichtige Schnittstellen-, Produktions- und Dienstleistungsfunktion zwischen ihren Zulieferbetrieben und den Abnehmern im Konsumgüterbereich und der Industrie darstellt.

Die Differenziertheit der Branche, die gewerkschaftsübergreifend strukturiert ist, erschwert es jedoch, ein Gesamtbild der wirtschaftlichen Entwicklung und der beschäftigungspolitischen Herausforderungen zu erhalten und komprimiert abzubilden.

Die IG Metall und die IG BCE haben, um sich einen vertiefenden Branchenüberblick zu verschaffen, PCG - Project Consult GmbH mit der Erstellung einer „Branchenanalyse Verpackungsindustrie“ beauftragt.

Ausgangspunkte der Branchenanalyse sind die genannten Hauptbranchen der Verpackungsindustrie. Im Rahmen der Aufgabenstellung wird in der Analyse auf die historische Entwicklung, die derzeitige Situation, den Stellenwert aus beschäftigungspolitischer und mitbestimmungsrelevanter Sicht sowie auf zukünftige Herausforderungen der (Einzel)Branchen eingegangen. Darüber hinaus werden in einem Exkurs die Verpackungsmaschinenhersteller als Branchensegment berücksichtigt.

Die vorliegende Branchenanalyse ermöglicht es, die derzeitigen Charakteristika der deutschen Verpackungsindustrie zu beschreiben, deren wirtschaftliche Entwicklung zu analysieren und die Beschäftigungstrends der letzten Jahre aufzuzeigen. Darauf aufbauend werden mit der Studie Zukunftsperspektiven herausgearbeitet, die besonders unter den Aspekten Innovation, Qualifikation und Beschäftigung sowie unter Berücksichtigung der vor- und nachgelagerten Bereiche entwickelt werden.

Die Studie bietet somit eine Informationsgrundlage, mit der die IG Metall gemeinsam mit der IG BCE relevante Branchentrends identifizieren kann, so dass diese Erkenntnisse und mögliche Herausforderungen als Grundlage für weitere Projekte und Maßnahmen (z.B. Branchenkonzferenzen oder die Etablierung eines Branchendialoges) genutzt werden können. Dieser breitgefächerte und branchenübergreifende Überblick ermöglicht es auch Betriebsräten und Arbeitnehmern, einen Gesamteindruck zu gewinnen, der über ihr eigenes Segment der Verpackungsindustrie hinausgeht.

Die vorliegende Studie entstand von Mitte Dezember 2009 bis Februar 2010. Aus diesem Grund beziehen sich die in die Analyse eingeflossenen Daten auf den Zeitraum bis Ende 2009. Methodisch stützt sich die Branchenanalyse einerseits auf die Auswertung der Literatur und se-

kundärstatistischer Materialien, andererseits auf Informationen und Daten, die dem IG Metall Vorstand und der IG BCE für den Bereich der Verpackungsindustrie vorliegen. Zudem ist die Quellenlage in Bezug auf Veröffentlichungen und industriepolitische Standpunkte der Verbände als gut zu bezeichnen. Aus diesem Grund konnten viele Informationen von Verbandsvertretern, hinreichend kritisch reflektiert, in die Studie mit einfließen.

Zusätzlich wurden sechs explorative, leitfadengestützte Interviews mit Betriebsräten aus den unterschiedlichen Verpackungssegmenten geführt, die eine nichtrepräsentative Stichprobe darstellen, aber insbesondere die aktuelle Situation und Entwicklung in den Betrieben deutlich abbilden können.

Ein weiteres Gespräch konnte mit einem Vertreter des Gesamtverbandes der Aluminiumindustrie e.V. (GDA) geführt werden, das sowohl vertiefenden Input zu den verbandsinternen Diskussionen in Bezug auf Perspektiven und Herausforderungen des Aluminiumbereichs der Verpackungsindustrie als auch für die Verpackungsbranche als Ganzes lieferte.⁹

Darüber hinaus sind die Ergebnisse, der am 2. und 3. Februar 2010 im IG Metall Bildungszentrum Sprockhövel stattgefundenen gewerkschaftsübergreifenden Branchentagung „Verpackungsindustrie“ in die Analyse eingegangen. An der Branchentagung haben neben Betriebsräten der fünf Segmente auch Gewerkschaftsvertreter der IG Metall und IG BCE teilgenommen.

Die Grundlage der vorliegenden Datensätze¹⁰ bilden die Daten des Statistischen Bundesamtes, die bis zum Abschluss der Studie vorlagen.

1.4. Aufbau der Studie

Nach dem einleitenden ersten Kapitel, in dem die Grundlagen der vorliegenden Studie dargelegt wurden, wird im zweiten Kapitel die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung der Verpackungsindustrie dargestellt. Hierbei wird zwischen den fünf Hauptsegmenten der Verpackungsindustrie unterschieden. Die jeweiligen Teilbranchen werden nach Umsätzen, Exportanteilen, Beschäftigtenentwicklung, Produktivität und den Auswirkungen des Krisenjahrs 2009 gegenübergestellt, um die Vergleichbarkeit zu erhöhen. In einem Exkurs wird auf mögliche Konkurrenzsituationen zwischen den Segmenten am Beispiel der Bereiche Metall, Kunststoff und Glas eingegangen. Darüber hinaus beschäftigt sich ein weiterer Exkurs mit der Rolle der Verpackungsmaschinenhersteller als ein mit der Verpackungsindustrie eng verbundener Wirtschaftszweig.

⁹ In allen Gesprächen wurde der Analysefokus insbesondere auf die allgemeinen Trends und Herausforderungen der Branche (Strukturwandel), die Entwicklung auf dem Gebiet der Verpackung und die Besonderheiten der Erzeugnisse (Innovationen), Mitbestimmungsstrukturen sowie beschäftigungsrelevante und industriepolitische Fragestellungen gelegt.

¹⁰ Die statistischen Informationen, etwa hinsichtlich der Beschäftigungs- und Umsatzentwicklung, wurden dem Informationssystem des Statistischen Bundesamtes entnommen und beziehen sich auf die verpackungsrelevanten Wirtschaftszweige „Holz“, „Papier und Pappe“, „Kunststoffe“, Metalle“ sowie „Hohlglas“.

Im dritten Kapitel wird auf die Standorte und Märkte der einzelnen Segmente der Verpackungsindustrie eingegangen.

In Kapitel vier werden die rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen vorgestellt, von denen die gesamte Branche betroffen ist. Gesetzesänderungen auf nationaler und europäischer Ebene hatten in der Vergangenheit unterschiedliche Auswirkungen auf die einzelnen Segmente der Verpackungsindustrie und sind nach wie vor als eine Ursache von Veränderungsprozessen zu verstehen.

Das fünfte Kapitel beschreibt die Einflussfaktoren, aktuelle Trends, Entwicklungen und Herausforderungen der Verpackungsindustrie. Hierbei werden die Auswirkungen von Globalisierung, gesellschaftlichen Veränderungen und Innovationsentwicklungen beleuchtet.

Im sechsten Kapitel wird auf die Bedeutung von Mitbestimmung eingegangen. Neben der Situation der Beschäftigten werden Problembereiche und Handlungsfelder aus gewerkschaftlicher Sicht dargestellt. Ein Fazit schließt die Ausführungen ab.

2. Allgemeine wirtschaftliche Entwicklung

Nach einer kurzen Skizzierung ökonomischer und arbeitsmarktpolitischer Tendenzen in der Verpackungsindustrie auf globaler und europäischer Ebene werden in den folgenden Kapiteln die wirtschaftlichen Entwicklungen innerhalb dieses Industriesegments in Deutschland analysiert. Dabei werden die fünf so genannten Großbereiche der Verpackungsmittelindustrie

- Papier, Karton und Pappe (Wellpappe),
- Kunststoffe,
- Metall, Eisen, Stahl, NE-Metalle,
- Hohlglas/Behälterglas und
- Holz

gesondert untersucht.

Um die Relation zwischen „Verpackungsmaterialien“ und „Verpackungsmaschinen“ (beide Bereiche bilden die Verpackungsindustrie) beispielhaft aufzuzeigen, seien an dieser Stelle Zahlen aus dem Jahre 2006 genannt: umgesetzt wurden im Jahr 2006 in der Verpackungsindustrie weltweit 527 Mrd. \$ (knapp 400 Mrd. €). Davon entfielen 500 Mrd. \$ auf Verpackungsmaterialien und 27 Mrd. \$ auf Verpackungsmaschinen.

Die globale Verpackungsindustrie konnte in den Jahren seit 2000 mit einem Wachstum von durchschnittlich 4,2 Prozent ein stabiles bis steigendes Ergebnis erzielen. Besonders davon profitierten die asiatischen Hersteller von Packmitteln. Am weltweiten Produktionsvolumen gemessen, werden mittlerweile knapp ein Drittel aller Packmittel in Asien hergestellt.

So unterschiedlich die Märkte und Anforderungen an Verpackungen hinsichtlich Funktion, Gestaltung und Produktion sind, die Haupttrends und Themen ähneln sich. Grundsätzlich steigt weltweit die Verpackungsvielfalt, die Forderung nach Umweltverträglichkeit, der Wunsch nach längeren Aufbewahrungsmöglichkeiten, besserer Dosierung sowie Widerverschließbarkeit und kontrollierter Entnahmemöglichkeit.

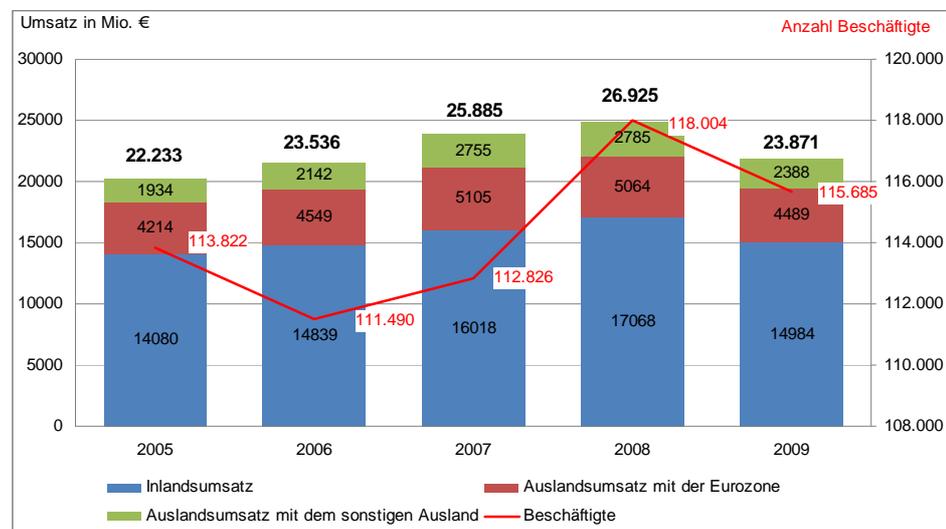
Hauptabnehmer für Verpackungen weltweit ist die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie. Rund zwei Drittel aller hergestellten Verpackungen gehen in diese Industriezweige ein. Bei den Verpackungsmaterialien liegen Papier und Karton mit 37 Prozent sowie Kunststoffe mit 34 Prozent weltweit ganz vorn in der Gunst der Konsumenten. Aber es existieren deutliche regionale Vorlieben, so ist in Asien der Anteil an Verpackungen aus Kunststoff höher als in Europa und Nordamerika. Mit der Entwicklung moderner Verpackungen und neuer Anwendungen nimmt weltweit der Bedarf an Kunststoffverpackungen deutlich zu.

Der Umsatz der Verpackungsbranche in Deutschland stieg von 2005 bis 2008 deutlich an. Knapp 25 Prozent Wachstum in vier Jahren stehen einem Einbruch von rund 13 Prozent im Krisenjahr 2009 gegenüber. In den ersten neun Monaten des Jahres 2009 war der Umsatz der Branche

sogar um bis zu 23 Prozent eingebrochen. Das Schlussquartal sorgte für eine deutliche Erholung und führt zu der Prognose, dass die Besserung sich 2010 verstärken wird.

Bisher erfreulich robust zeigt sich die Zahl der Beschäftigten. Seit 2006 hatte sich eine positive Tendenz herausgebildet. Zwar wurde diese Entwicklung mit Beginn der Krise unterbrochen aber die Zahl der Beschäftigten liegt immer noch über dem Stand von 2007. Die Beschäftigtenzahlen sanken in der Krise nicht in dem Umfang, wie aufgrund des Umsatzeinbruches zu erwarten gewesen wäre. Hier zeigt sich, dass sich die Kriseninstrumente wie eine verlängerte Bezugsdauer der Kurzarbeiterregelung und der Abbau von Überstundenkonten als sehr erfolgreich erwiesen haben.

Abbildung 1: Umsatz und Beschäftigung der Verpackungsindustrie in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt

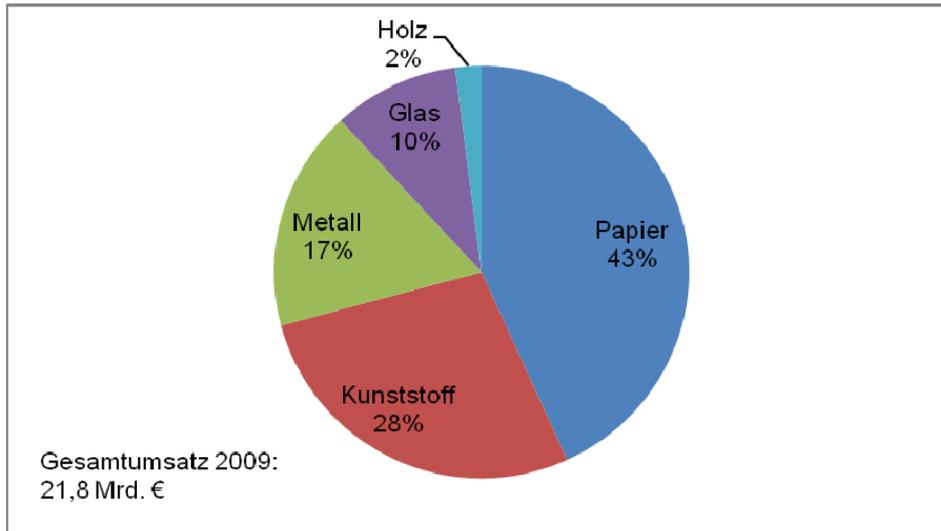
Um bei anziehender Konjunktur zukünftig handlungsfähig zu sein, verzichten viele Unternehmen darüber hinaus auf Kündigungen und versuchen, die Stammebelegschaften zu halten. Die Zahl der Beschäftigten dürfte sich bis 2011 auf dem Niveau der Jahre 2006 und 2007 (ca. 112.000) stabilisieren und damit nur leicht zurückgehen.

Das Marktvolumen der Verpackungsindustrie in der Europäischen Union beträgt etwa 132 Mrd. Euro. Der Anteil der Nahrungsmittel- und Getränkeverpackungen beträgt mehr als zwei Drittel des gesamten Umsatzes der Branche. Rund zehn Prozent des Gesamtumsatzes nehmen die Verpackungen der Arzneimittel- und Kosmetikindustrie ein. Die restlichen 21 Prozent bestehen vor allem aus dem großen Bereich der Industrieverpackungen.

2.1. Marktanteile und wirtschaftliche Entwicklung der Segmente in der Verpackungsindustrie in Deutschland

Die Marktverteilung innerhalb der verschiedenen Packmittelhersteller setzt sich wie in Abbildung 2 dargestellt zusammen: Mit 43 Prozent stellt die Papier und Pappe verarbeitende Verpackungsindustrie den größten Anteil am Umsatz, gefolgt von der Kunststoffbranche (28 Prozent), Metall (17 Prozent), Hohlglas (10 Prozent) und Holz (2 Prozent).

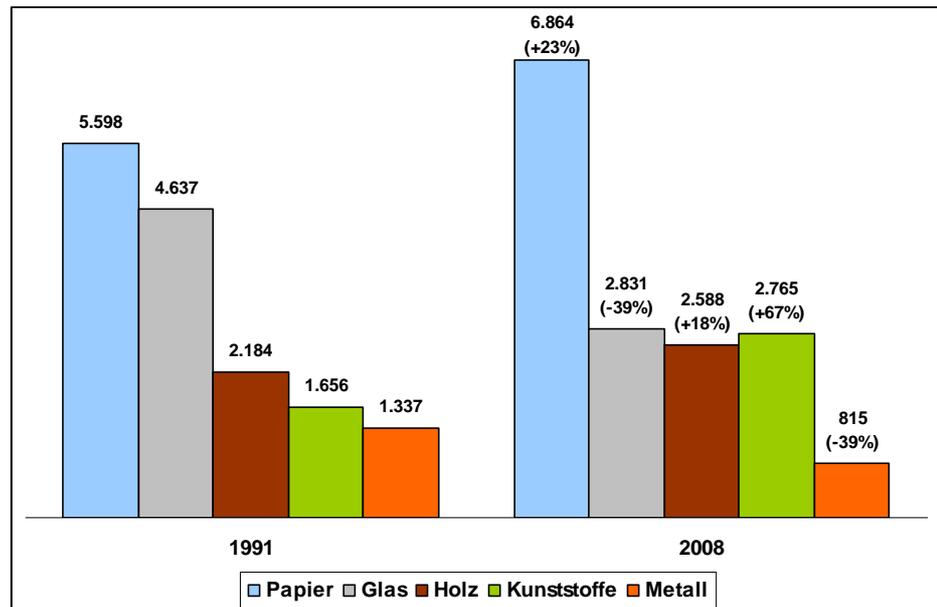
Abbildung 2: Anteil der Segmente am Gesamtumsatz



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Besonders auffällig ist der seit 1991 deutlich gesunkene Verbrauch von Glas (-39 Prozent), und Metall (-40 Prozent). Die Bereiche Papier, Pappe und Karton (+23 Prozent) sowie Kunststoffe (+67 Prozent) konnten hingegen deutliche Zuwächse erzielen (siehe Abbildung 3). Gerade der Bereich Glas leidet unter dem Trend zu weniger Getränkeverpackungen, die vermehrt in Karton und in noch stärkerem Maße in Kunststoffverpackungen (z. B. PET) ausgeliefert werden. Insgesamt lässt sich ein eindeutiger Trend zu leichteren Verpackungen identifizieren, der in den vergangenen Jahren ungebrochen angehalten hat. Weiterhin wird durch die demografische Entwicklung und Veränderung von Lebensstilen die Entwicklung zu einer zunehmenden Zahl kleinerer Verpackungseinheiten führen. Insbesondere der zunehmende Internethandel wird in den kommenden Jahren zu einem weiteren Wachstum in den Bereichen Papier, Pappe und Kunststoffen führen.

Ebenfalls zu beobachten ist ein Substitutionsprozess mit sinkendem Verbrauch im Bereich der Metalle als Ausgangsmaterial der Getränkedose (Aluminium und Weißblech) gegenüber PET-Produkten und Glasprodukten. Anders als bei Glasprodukten spielte hier aber nicht die Gewichtersparnis für eine sinkende Nachfrage nach Getränkedosen eine herausragende Rolle, sondern die Einführung des Dosenpfands im Jahr 2003, die der Branche einen alarmierenden Umsatzrückgang bescherte und die - neben der PET-Substitution im Bereich der Softdrinks - auch den umsatzstarken Bereich der Bierdosen betraf. Hier sank der Anteil von in Dosen verkauftem Bier innerhalb eines Jahres von 23 Prozent im Jahre 2002 auf 6,4 Prozent im Jahr 2003.

Abbildung 3: Entwicklung des Verpackungsverbrauchs zwischen 1991 und 2008 in Kilotonnen

Quelle: eigene Berechnungen nach: GVM 2008

Im folgenden Kapitel, wird die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung der Verpackungsindustrie betrachtet. Diese erfolgt anhand der einzelnen relevanten Segmente der Verpackungsindustrie:

Papier, Karton, Pappe,
Kunststoff,
Metall,
Hohlglas / Behälterglas und
Holz.

Hierbei werden die wirtschaftlichen Kennzahlen Umsatz, Export, Beschäftigung, Produktion und Produktivität der einzelnen Teilbereiche dargestellt.

2.2. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Papier, Karton, Pappe (Wellpappe) ¹¹

2.2.1. Umsatzentwicklung und Exporte

Der Umsatz von Papier-, Karton- und Pappverpackungen ist zwischen 2005 und 2008 von knapp 8,3 Mrd. € auf 10,5 Mrd. € beständig gewachsen. Im Krisenjahr 2009 ist der Umsatz um knapp eine Milliarde auf rund 9,5 Mrd. € (-11,7 Prozent) gesunken. Der große Zugewinn, den die Branche im Jahr 2007 mit einem Umsatzplus von mehr als 1 Mrd. schuf, wurde durch die Krise wieder eingebüßt.

¹¹ Daten zu Verpackungen aus Papier und Pappe siehe Anlage 1

Exkurs: Brancheninterne Konkurrenzsituation zwischen Metall, Glas und Kunststoff

Das Schaubild des Verpackungsverbrauchs der vergangenen Jahre verdeutlicht die Veränderungen innerhalb der verschiedenen Segmente der Verpackungsindustrie, die u. a. auch durch neue rechtliche Rahmenbedingungen entstanden sind und insbesondere zwischen den Herstellern von PET-Flaschen¹² und den Herstellern von Getränkedosen zu einer Marktverschiebung zugunsten der PET-Hersteller führte. Mit der 2003 eingeführten Pfandregelung für Dosen brach der deutsche Markt beinahe vollständig zusammen. Produzenten von Getränkedosen, wie beispielsweise die Ball Packaging Europe GmbH, die in Deutschland an mehreren Standorten produzieren, konnten nur durch die Verschiebung in den Export Standortschließungen verhindern. Bis heute konnte sich der Dosenmarkt in Deutschland nicht wieder erholen, obwohl auch hier mittlerweile eine 90-prozentige Recyclingquote für Dosen erreicht wird. Diese „Diskriminierung“ der Branche gegenüber anderen Verpackungsbranchen führt zu der politischen Forderung nach einer Gleichbehandlung der Pfandsysteme, um die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Standorte zu gewährleisten.

Die zukünftige Marktentwicklung der Aluminiumhersteller ist nach Meinung von Branchenexperten zumindest in der Bundesrepublik als sehr schwierig anzusehen. Momentan steht die Branche mit dem Rücken zur Wand. Nur das Auslandsgeschäft verhindert die Schließung von Standorten, wobei jedoch derzeit große negative Auswirkungen der Wirtschaftskrise vor allem im osteuropäischen Markt zu beobachten sind. Für den heimischen Markt erschwert die Nichtakzeptanz der Getränkedose durch Politik und Verbraucher eine Markterweiterung. So zögern insbesondere die großen Discounter, Getränkedosen mit in das Sortiment aufzunehmen.

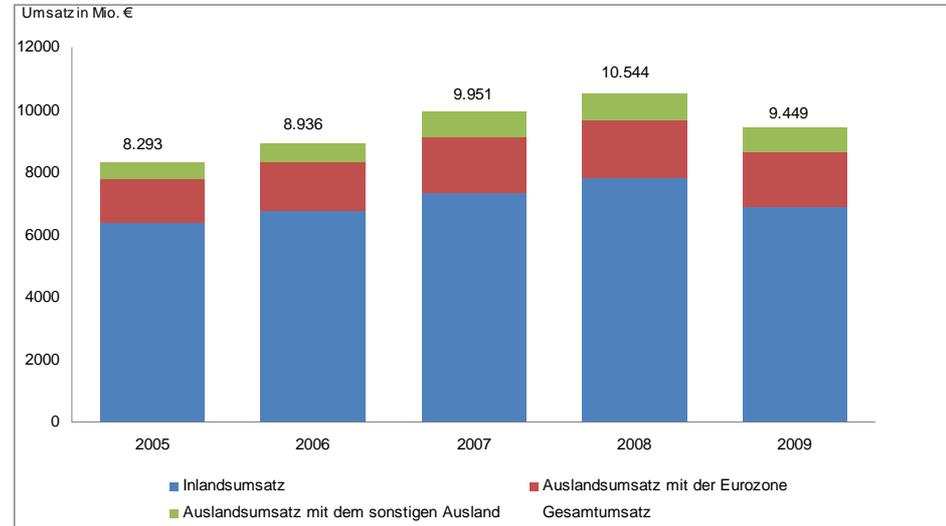
Die vermehrte Einführung der PET-Flasche hat ebenso große Konsequenzen auf die Produktion von Behälterglas. Gerade in der Sparte der Getränkeflaschen musste die Glasindustrie große Produktionseinbrüche verzeichnen. Diese Aussage betrifft in erster Linie die immer geringere Mineralwasserabfüllung in Glasflaschen. Anstrengungen, Marktanteile zurückzuerobieren, werden von der Branche nur marginal betrieben. Demgegenüber wird der Bereich der Glasbehälter für Lebensmittel sowie insbesondere der Bereich „Flaschenherstellung für Sekt, Champagner, Wein und Bier“ nicht durch den Einsatz von Kunststoffflaschen aufgebrochen werden können. Hier hat sich die Entwicklung zugunsten der Glasbehälter stabilisiert.

Zusätzlich sind die besonderen Merkmale des Produktes Behälterglas gegenüber PET-Flaschen aus Sicht der Hersteller und Verbraucher ambivalent zu sehen: einerseits haben Glasprodukte im Vergleich zu Kunststoffbehältern - und hier insbesondere Behälter aus PET - zur Zeit einen großen Gewichtsnaheile, andererseits können Vorurteile gegenüber dem Werkstoff „Kunststoff“ hinsichtlich gesundheitlicher Aspekte gesehen werden. Anders als bei PET-Behältern diffundiert bei Glas weder das Füllgut in das Verpackungsmaterial noch werden umgekehrt Stoffe des Verpackungsmaterials in das Füllgut abgegeben. Aufgrund der noch nicht erforschten möglichen gesundheitlichen Folgeschäden bei den Verbrauchern ist hier ein großer Vorteil des Werkstoffes „Glas“ zu sehen. Allerdings bestehen Bestrebungen, durch den Einsatz von Nano-Technologie in der Innenwand der Behälter, diese Nachteile zu beheben. Darüber hinaus können Behälter aus Glas zwischen dreißig- und vierzigmal genutzt werden, ohne dass eine energieintensive Neuproduktion notwendig ist.

¹² PET: Polyethylenterephthalat, ein thermoplastischer Kunststoff aus der Familie der Polyester

Die einzelnen Sortenbereiche entwickelten sich extrem unterschiedlich: bei den grafischen Papieren ist der Absatzrückgang von minus 15 Prozent zu beobachten. Im Verpackungsbereich hingegen ist der Absatz mit minus einem Prozent nur moderat zurückgegangen. Hygienepapiere wurden als Konsumgüter des täglichen Bedarfs von der Krise weniger berührt.¹³

Abbildung 4: Umsatz Papierverpackungen



Quelle: Statistisches Bundesamt

Einen Wachstumsschub hat der immer weiter zunehmende Internethandel ausgelöst, da für den Endkonsumenten die einzelnen Waren für den Versand zusätzlich verpackt werden müssen. Der Trend verstärkt sich seit Beginn des Jahrtausends zunehmend und hält weiterhin an.

Der Exportanteil bei Verpackungen aus Papier ist zwischen 2005 und 2007 von 22,5 Prozent auf 27 Prozent gestiegen. Im Jahre 2008 nahm dieser Anteil leicht ab. Im Krisenjahr 2009 ging der Auslandsumsatz um 6,7 Prozent im Vergleich zu 2008 zurück und verzeichnete damit einen geringeren Rückgang als der Inlandumsatz (-12 Prozent). Hier wird die zunehmende Abhängigkeit, aber auch Wachstumschance des Außenhandels für die deutschen Papier, Karton und Pappe-Hersteller deutlich.

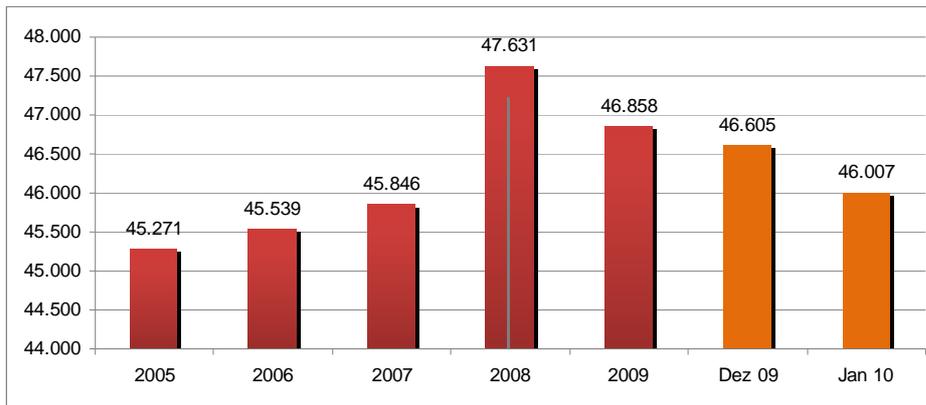
Mit 65 Prozent wurde vor der Weltwirtschaftskrise der größte Anteil der deutschen Papieraufnahmen weiterhin nach Westeuropa exportiert. Der Anteil, der nach Osteuropa ausgeführt wird, liegt bei 23 Prozent und hat sich in den letzten Jahren kontinuierlich erhöht. Der osteuropäische Markt wird auch in den nächsten Jahren tendenziell stärker wachsen und auch Anteile hinzugewinnen, da in diesen Ländern das Wirtschaftswachstum deutlich dynamischer ist.

¹³ Bundesverband Sekundärstoffe und Entsorgung e.V. 2009

2.2.2. Produktivität und Beschäftigte

Der Beobachtungszeitraum von 2005 bis 2009 zeigt einen kontinuierlichen, wenn auch leichten Personalzuwachs in der Branche. Die Zahl der Beschäftigten stieg zwischen 2005 und 2007 nur leicht an, einen größeren Beschäftigungssprung verzeichnete die Branche als Auswirkung der konjunkturellen Boomjahre zwischen 2007 und 2008. Im Krisenjahr 2009 konnte das Beschäftigungsniveau allerdings nicht gehalten werden und es wurde Personal abgebaut (-1,6 Prozent gegenüber Vorjahr). Ende 2009 gab es nur noch 46.860 Beschäftigte.

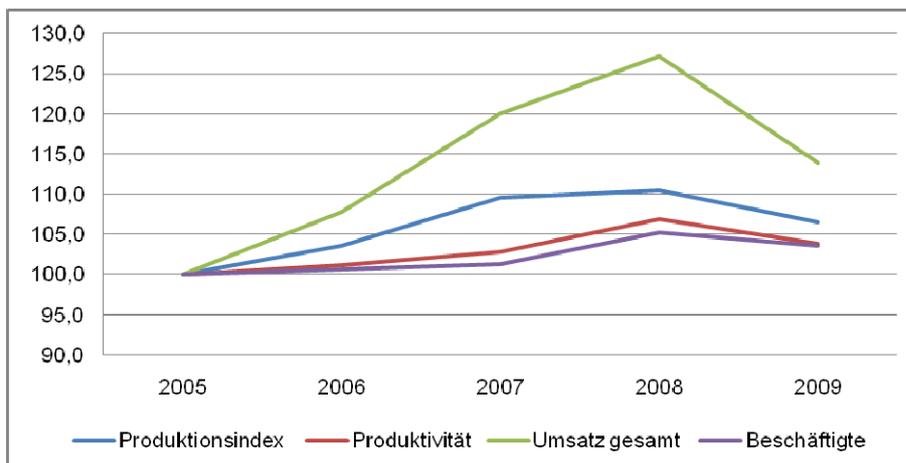
Abbildung 5: Beschäftigte Papierverpackungen



Quelle Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Die Produktivität war im Krisenjahr weitgehend stabil. Größere Veränderungen gab es lediglich beim Umsatz und bei der Produktion.

Abbildung 6: Gesamtübersicht Papierverpackungen: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)



Quelle Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Im Segment Papier, Karton und Pappverpackungen stieg der Umsatz von 2005 bis 2008 um 27 Prozent an, während die Produktion im gleichen Zeitraum nur um knapp 10 Prozent zulegte. Der überproportionale Anstieg des Umsatzes im Vergleich zur Produktion zeigt, dass dieser Anstieg eher Preiserhöhungen zuzurechnen ist, als einer bedeutenden Zunahme der Produktionsmenge. Die Preiserhöhungen sind vor allem eine Konsequenz aus dem starken Anstieg der Rohstoffkosten im Be-

reich Papier und Pappe. Die Kosten für Altpapier waren bis 2009 deutlich gestiegen und wurden an die Kunden erfolgreich weitergereicht.

In erster Linie sind integrierte große Konzerne wie z. B. Smurfit Kappa nach Expertenmeinung in der Lage, die gerade in der Papierbranche extrem schwankenden Rohstoffpreise abzufedern. Darüber hinaus geraten die Hersteller von zwei weiteren Seiten unter Handlungsdruck. Latente Überkapazitäten (10-20 Prozent über dem gesättigten Marktvolumen) im Bereich der Papier- und Pappverpackungsindustrie und noch kürzere Zyklen bei den Rohstoff- und Energiepreisen erhöhen den Druck auf die Hersteller und Beschäftigten. Die dadurch möglichen geringeren Gewinnmargen und Auswirkungen auf das mögliche Produktionsvolumen erhöhen den Restrukturierungsdruck. Der Aufbau neuer Kapazitäten in Osteuropa (Polen/Tschechien) hat den Handlungsdruck weiter erhöht. Strategien wie der Verkauf an Konzernbetriebe mit integrierten Produktlinien (von der Papiererzeugung bis zur fertigen Pappschachtel) wurden als mögliche Überlebensstrategie angesehen, ebenso wie die Integration in größere Familienunternehmen (Problem Wachstumsfinanzierung für neue und leistungsfähigere Maschinen – bis zu 10m Bandbreite). Kleinere Unternehmen mit 60 bis 80 Beschäftigten und Produktionsziffern von 50.000 bis 100.000 Tonnen bei Bandbreiten von 2,50m sind vor diesem Hintergrund am Rande der Wirtschaftlichkeit angekommen. Die nächsten 12 Monate werden entscheidend sein, wie die Entwicklung in der Branche weitergeht.

2.3. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Kunststoff¹⁴

2.3.1. Umsatzentwicklung und Exporte

Die Industrie zur Herstellung von Kunststoffwaren ist mit einem Jahresumsatz von etwa 40,4 Mrd. € und 240.000 Beschäftigten in über 1.600 Betrieben in 2009 ein wichtiger Wirtschaftszweig in Deutschland.¹⁵ 33 Prozent der in Deutschland verarbeiteten Kunststoffe werden zur Herstellung von Verpackungen verwendet.

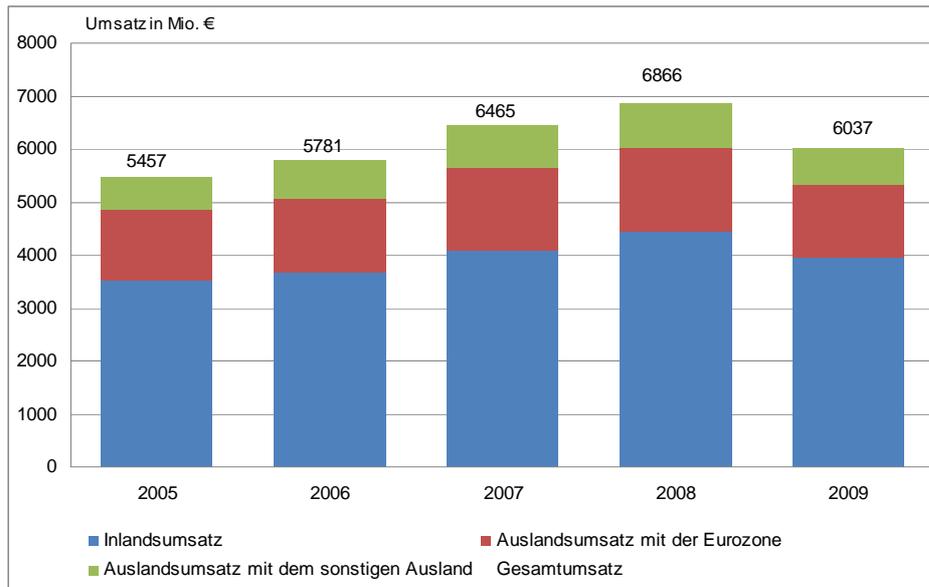
Der eigentliche Bereich, die Herstellung von Verpackungen aus Kunststoff hat einen Anteil von fast 15 Prozent an dem gesamten Bereich. Im Jahr 2009 erzielten die Verpackungsmittel aus Kunststoff einen Umsatz von gut 6 Milliarden Euro mit mehr als 33.000 Beschäftigten.

Der Umsatz von Kunststoffverpackungen ist von 5,5 Mrd. € im Jahre 2005 auf ca. 6,9 Mrd. € im Jahr 2008 deutlich gestiegen (siehe Abbildung 7). Aufgrund des allgemeinen Nachfrageeinbruchs nach Gütern aller Art im Krisenjahr 2009 ging auch bei den Herstellern von Kunststoffverpackungen der Umsatz zurück (- 12 Prozent gegenüber Vorjahr). Davon war insbesondere der Inlandsumsatz betroffen. Zwar zeigte sich der Export im Krisenjahr stabil, aber der rückläufige Inlandsumsatz konnte durch den Export nicht abgedeckt werden. Über 2/3 des Exportes geht in die Eurozone.

Abbildung 7: Umsatz in Milliarden Euro - Kunststoffverpackungen

¹⁴ Daten zu Verpackungen aus Kunststoff siehe Anlage 2

¹⁵ Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e.V., o.J.



Quelle: Statistisches Bundesamt

In den ersten drei Quartalen 2009 musste die Kunststoffverpackungsindustrie krisenbedingt einen Umsatzrückgang von 14% hinnehmen. Damit musste sie im Vergleich zur kunststoffverarbeitenden Industrie (-17 Prozent) und der deutschen Industrie insgesamt (-21 Prozent) geringere Einbußen verkraften. Die weitaus größeren Umsatzeinbußen mussten vor allem die Hersteller von Transportverpackungen hinnehmen, während die konsumnahen Verpackungshersteller größtenteils kaum Rückgänge hinnehmen mussten.

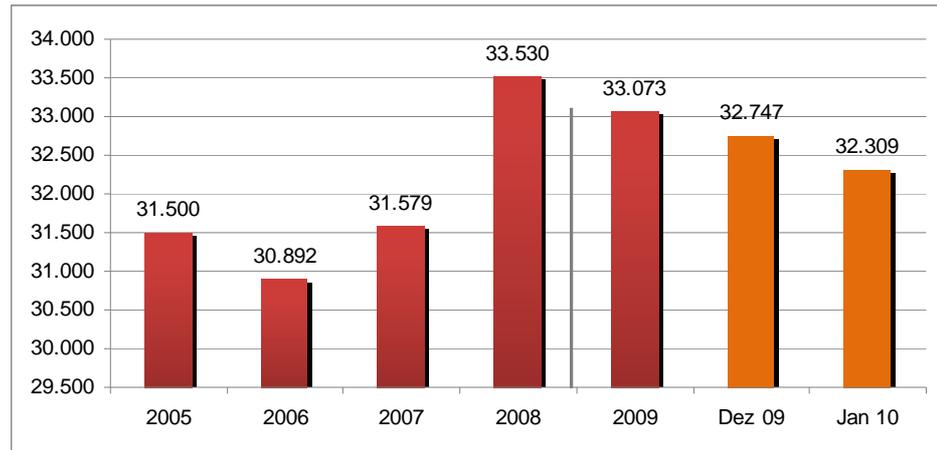
Seit September 2009 (+9,8 Prozent im Vergleich zum Vormonat) ist eine Erholung zu verzeichnen. Angesichts dieser positiven Entwicklung forderte die Industrievereinigung Kunststoffverpackungen die Banken auf, die Unternehmen mit ausreichend Krediten zu versorgen.¹⁶

2.3.2. Produktivität und Beschäftigte

Während die Produktion und Produktivität zwischen 2005 und 2006 in etwa gleich stark anstieg, sank in diesem Zeitraum die Beschäftigtenzahl. Ab 2006 ist wieder eine positivere Beschäftigtenentwicklung zu verzeichnen, die selbst im Krisenjahr 2009 relativ stabil blieb. Das Statistische Bundesamt weist für das Jahr 2009 etwa 33.000 Beschäftigte in den Betrieben der Kunststoffverpackungen aus. Die Beschäftigtenzahl stieg zwischen 2006 und 2008 (+8,5 Prozent) und sank krisenbedingt im Jahr 2009 (-1,4 Prozent). Insgesamt sind die Beschäftigtenzahlen im Segment Kunststoffverpackungen, im Vergleich zu den anderen Teilssegmenten der Verpackungsindustrie, als stabil zu bezeichnen. Die Umsätze stiegen im Bereich der Kunststoffverpackungen im Vergleich zu den anderen Werten weitaus stärker an. Hier ist zu vermuten, dass die Umsatzsteigerung durch einen Preisanstieg erreicht worden ist.

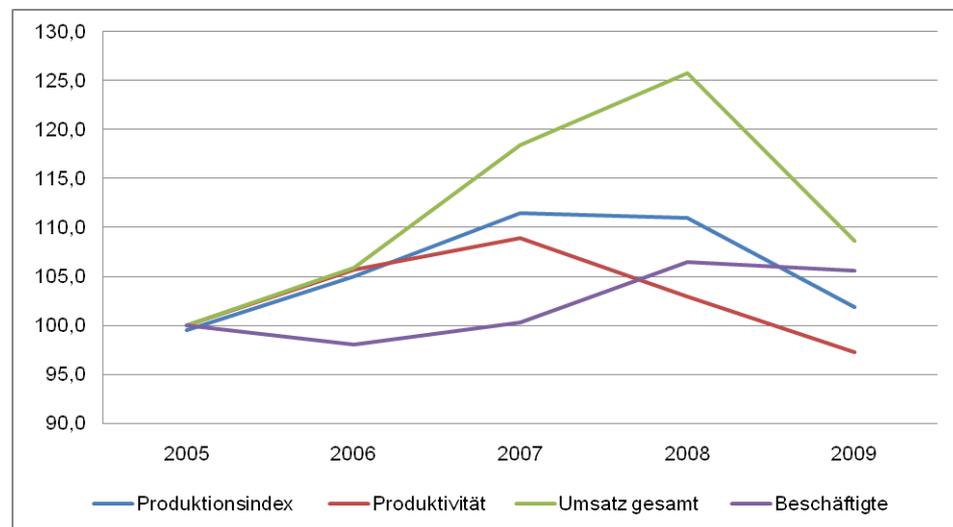
Abbildung 8: Beschäftigte Kunststoffverpackung

¹⁶ Industrievereinigung Kunststoffverpackungen 2009



Quelle: Statistisches Bundesamt

Abbildung 9: Gesamtübersicht Kunststoffverpackungen: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

2.4. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Metall¹⁷

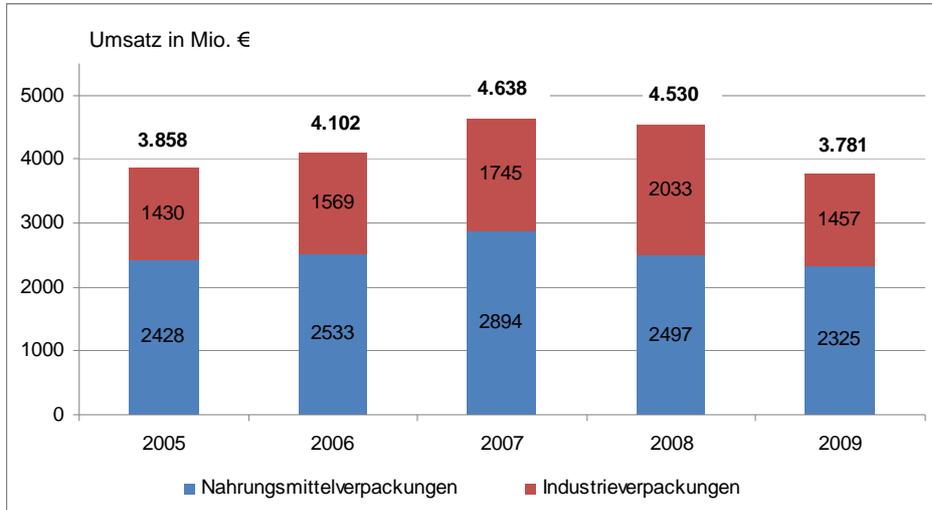
2.4.1. Umsatzentwicklung und Exporte

Der Bereich der Metallverpackungen gliedert sich in zwei Obergruppen: In Industrieverpackungen und in Nahrungsmittelverpackungen. Nach der Wirtschaftsklassifikation des Statistischen Bundesamtes fallen einerseits unter die Industrieverpackungen die industriellen Metallverpackungen mit Fässer, Trommeln, Dosen, Eimer u. ä. Behälter aus Metall unter 300 Liter und Sammelbehälter, Tanks u. ä. Behälter aus Metall über 300 Liter. Andererseits sind Nahrungsmittelverpackungen die Metallverpackungen für Nahrungsmittel, Tuben und Schachteln und Metallverschlüsse in der Untergliederung Verpackungen und Verschlüsse aus Eisen, Stahl und NE-Metall.

¹⁷ Daten zu Verpackungen aus Metall siehe Anlage

Zusammen ergibt sich für das Segment der Metallverpackungen folgende Umsatzentwicklung:

Abbildung 10: Umsatz Metallverpackungen



Quelle: Statistisches Bundesamt

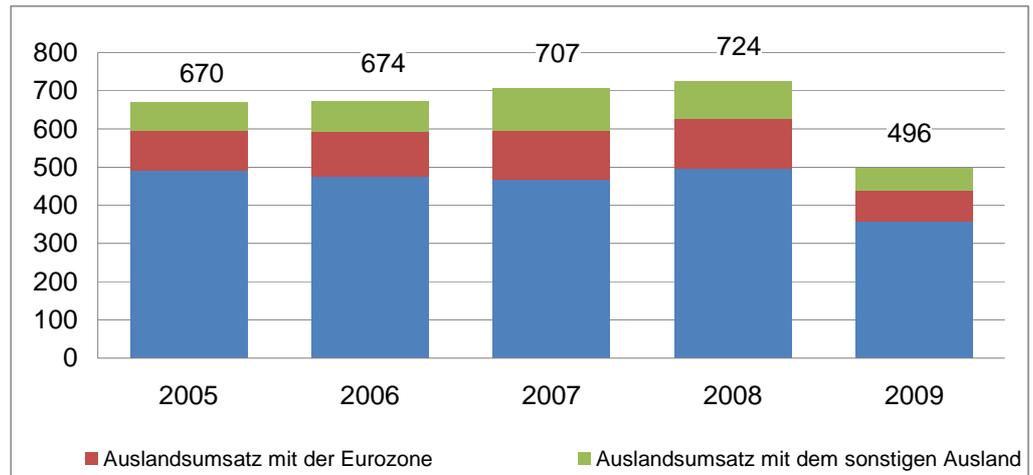
Der Umsatz von Metallverpackungen ist von mehr als 3,8 Mrd. € im Jahr 2005 auf rund 4,6 Mrd. € im Jahr 2007 gestiegen. Die Verpackungen für Nahrungsmittel erzielten hierbei ca. 62 Prozent des Umsatzes. Im Jahr 2008 stieg der Anteil der Industrieverpackungen von durchschnittlich 37 Prozent in den vorherigen Jahren auf knapp 45 Prozent. Die Wirtschaftskrise hat die Umsätze der Metallverpackungsindustrie spürbar beeinträchtigt. Im Vergleich zu den beiden Vorjahren, in denen ein beträchtliches Umsatzwachstum (2007 von +13 Prozent gegenüber 2006) erzielt wurde, fiel der Umsatz der gesamten Metallverpackungsbranche im Jahr 2008 um -2,3 Prozent auf insgesamt rund 5,9 Mrd. Euro. Der Rückgang setzte sich massiv im Jahr 2009 fort, die Branche musste einen Umsatzeinbruch von -16,5 Prozent verkraften.

Im Folgenden wird die - zum Teil erheblich unterschiedliche - wirtschaftliche Entwicklung der einzelnen Teilsegmente Industrie- und Nahrungsmittelverpackung dargestellt.

Industrieverpackungen

Die Umsatzentwicklung des Segments Industrieverpackungen unter 300 Liter Fassungsvermögen ist in nachstehender Abbildung 11 dargestellt. Seit 2005 verzeichnete die Branche eine positive Umsatzentwicklung. Von 2005 bis 2008 wuchs der Umsatz zwar verhalten, aber stetig an. 2005 lag der Umsatz bei rund 670 Mio. €, bis 2008 stieg er auf 724 Mio. € (+8,1 Prozent gegenüber 2005) an. Im Krisenjahr 2009 ging der Umsatz drastisch von 724 Mio. € auf 496 Mio. € zurück. Bei den Industrieverpackungen unter 300 Liter spielt das Inlandsgeschäft eine große Rolle. Grob zwei Drittel des Umsatzes wird in Deutschland gemacht. An dieser Situation hat auch die Weltwirtschaftskrise nichts verändert.

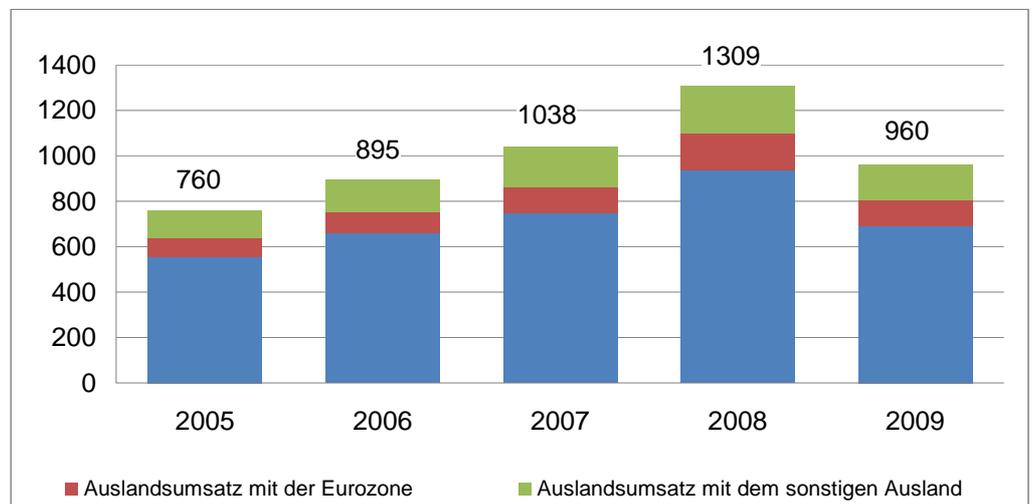
Abbildung 11: Umsatz Industrieverpackungen unter 300 Liter



Quelle: Statistisches Bundesamt

Etwas anders stellt sich die Umsatzentwicklung bei den Industrieverpackungen über 300 Liter Fassungsvermögen dar (Abbildung 12). Die Unternehmen konnten ihren Umsatz von 2005 bis 2008 mit einem Plus von über 72 Prozent deutlich steigern. Die Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise erfasste diesen Bereich, der über 70 Prozent seiner Umsätze im Inland erwirtschaftet, im Jahre 2009 allerdings ebenso deutlich, so dass sie einen Umsatzverlust von mehr als einem Viertel hinnehmen mussten.

Abbildung 12: Umsatz Industrieverpackungen über 300 Liter



Quelle: Statistisches Bundesamt

Vor der Weltwirtschaftskrise konnten die Industrieverpackungen ihre Umsätze deutlich steigern, dies vor allem aufgrund der sehr guten Entwicklung der Verpackungen mit einem Fassungsvermögen von über 300 Liter. Diese Entwicklung könnte aufgrund einer zunehmenden Praktikabilität von Industrieverpackungen aus anderen Packmitteln, wie zum Beispiel Kunststoff, in nächster Zeit gedämpft werden.

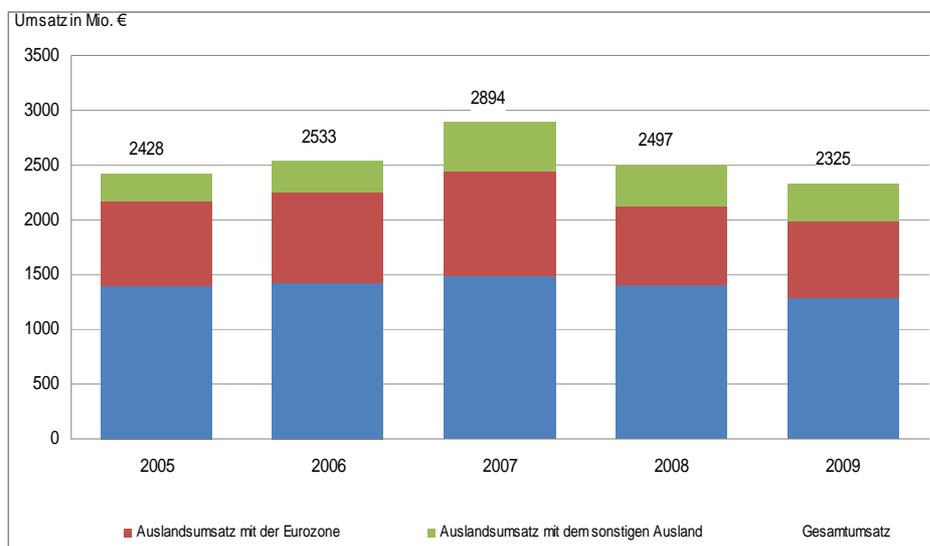
Die Exportquote industrieller Metallverpackungen liegt bei ca. 28 Prozent. Im Jahr 2007 konnte die beste Exportquote mit rund 31 Prozent

erreicht werden. Zwischen 2008 und 2009 sank die Exportquote drastisch um ca. 5,8 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr und erreichte nur noch eine Quote von knapp 24,5 Prozent.

Nahrungsmittelverpackungen

Der Umsatz der Metallverpackungen für Nahrungsmittel wuchs von 2005 bis 2007 um ca. 470 Mio. €, ehe er krisenbedingt bis 2009 unter das Niveau von 2005 fiel (Abbildung 13). Nahrungsmittelverpackungen aus Metall haben im Vergleich zu den Industrieverpackungen eine weitaus größere Exportquote. Im Spitzenjahr 2007 erreichte sie 48,6 Prozent, bevor sie 2008 um knapp fünf Prozent sank und 2009 wieder leicht anstieg.

Abbildung 13: Umsatz Nahrungsmittelverpackungen aus Metall



Quelle: Statistisches Bundesamt

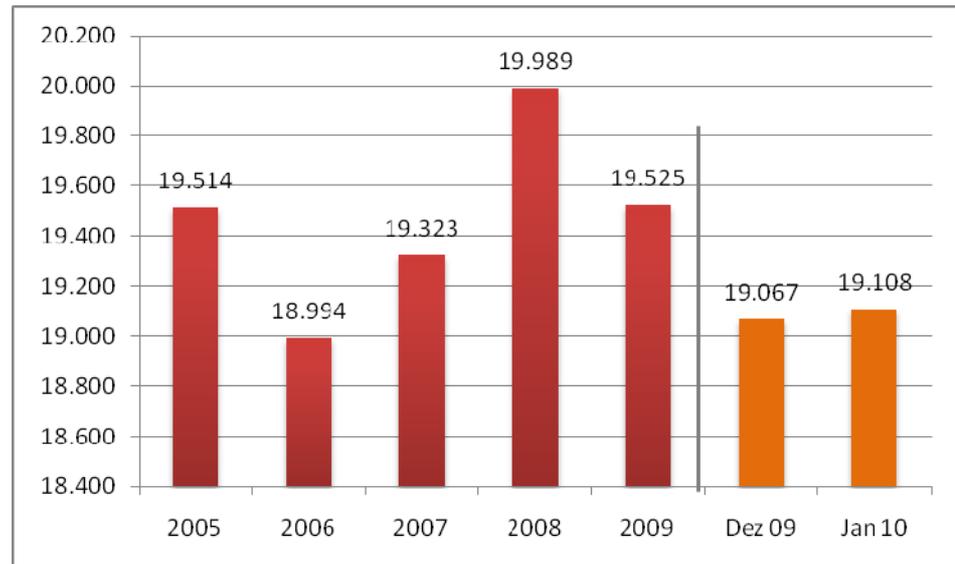
Nach Aussagen von Branchenexperten sind in der Branche derzeit Überkapazitäten festzustellen, die zu einem Verdrängungswettbewerb führen. Dies betrifft die gesamte Branche, wobei insbesondere die Hersteller von Getränkedosen, deren Märkte - hier insbesondere in Osteuropa - in großem Maße weggebrochen sind.

2.4.2. Produktivität und Beschäftigte

Nach Angaben des Verbandes Metallverpackungen e.V. (VMV) arbeiten über 10.000 Beschäftigte in 50 Unternehmen in dem Segment der Verpackungsindustrie.¹⁸ In diesem Verband sind vornehmlich Hersteller von Verpackungen und Verschlüssen aus Metall organisiert. Die Zahlen des Statistischen Bundesamtes beziehen sich neben diesem Teilbereich der Metallverpackungen zusätzlich auch auf Hersteller von Metallbehältern über 300 Liter sowie Hersteller von Metallbehältern von 300 Litern und weniger, so dass die Angabe des Statistischen Bundesamts über den Angaben des Verbandes liegt.

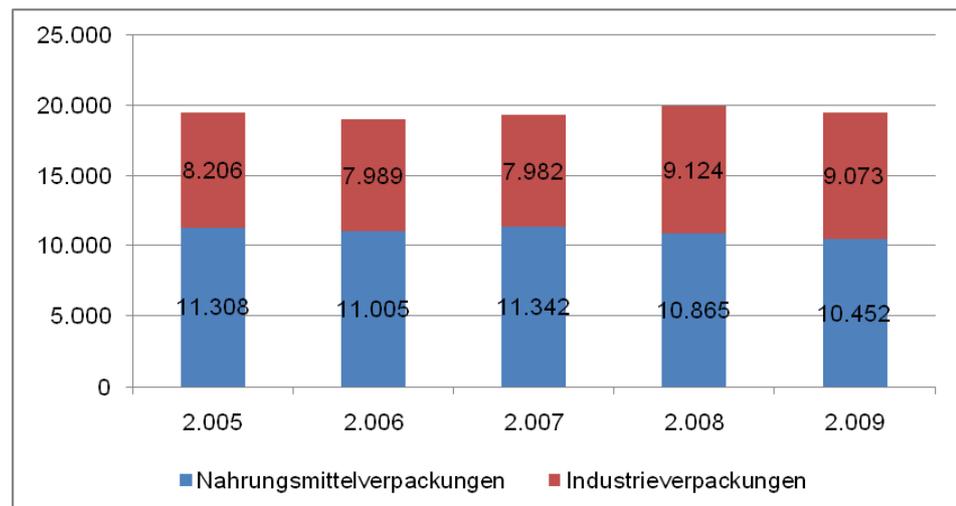
¹⁸ Fördergesellschaft Metallverpackungen o.J.

Abbildung 14: Beschäftigtenentwicklung Metallverpackungen



Quelle: Statistisches Bundesamt

Abbildung 15: Beschäftigte in der Nahrungs- und Industrieverpackung



Quelle: Statistisches Bundesamt

Über einen längeren Zeitraum betrachtet nahm die Zahl der Beschäftigten bis 2006 konstant ab, um in den beiden Folgejahren wieder anzuwachsen. Beschäftigungsstärkstes Jahr war 2008 mit jahresdurchschnittlich 19.989 Beschäftigte (Abbildung 14). Im Krisenjahr 2009 sank die Beschäftigtenzahl auf das Niveau von 2005. Im Zuge des wirtschaftlichen Aufschwungs wurde insbesondere im Bereich der Industrieverpackungen über 300 Litar Personal eingestellt und selbst während des Krisenverlaufs weitestgehend gehalten (Abbildung 15).

Der längerfristig zu beobachtende Beschäftigtenrückgang kann zum Teil auf die gesunkene Nachfrage nach Metallverpackungen zurückgeführt werden. Dieser langfristige Trend wurde nur durch die konjunkturelle Belebung zwischen 2006 und 2008 durchbrochen. Insgesamt muss man aber davon ausgehen, dass ein weiterer Beschäftigungsrückgang droht.

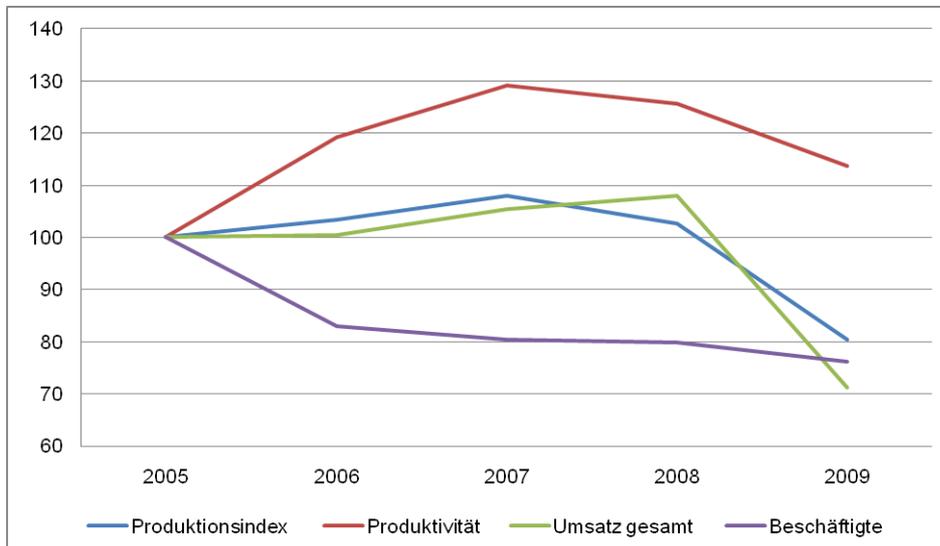
Bei Verpackungen aus Metall ist seit 2005 ein Auseinanderdriften zwischen Produktivität und Beschäftigtenzahl zu erkennen. Während die

Umsätze und Produktionsmenge etwa gleichsam anstiegen, wurden die enormen Produktivitätszuwächse durch einen Beschäftigungsabbau realisiert.

Im Bereich der Industrieverpackungen über 300 Liter (Abbildung 17) ist eine extreme Umsatzsteigerung zu erkennen, die im Jahr 2008 einen Spitzenwert von über 170 Indexpunkten erreicht. Anders als bei den Industrieverpackungen unter 300 Litern (Abbildung 16) reagierte dieses Teilsegment mit einer beachtlichen Zunahme an Beschäftigten, die selbst im Krisenjahr 2009 nicht abgebaut wurden. Die Produktivität sank demzufolge seit 2007 beständig.

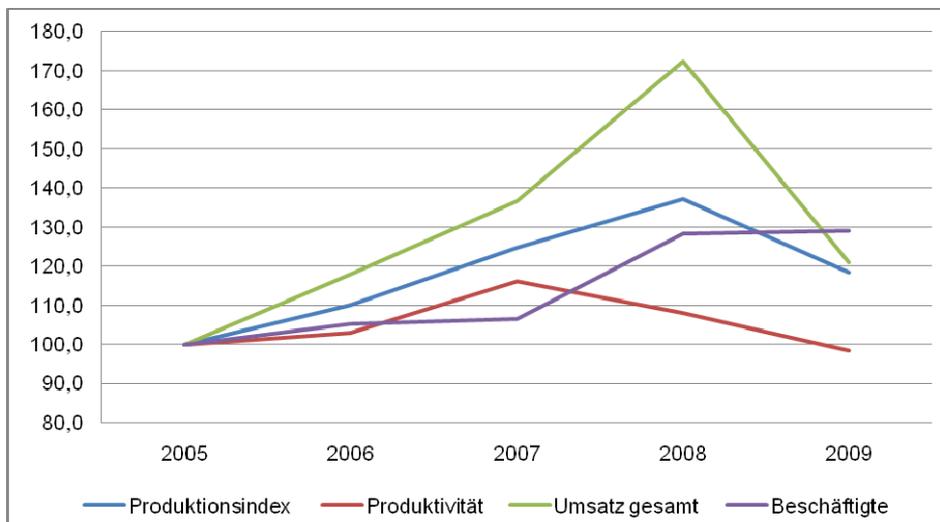
Im Segment der Nahrungsmittelverpackungen aus Metall entwickeln sich Produktion und Produktivität nahezu gleich. Stieg der Umsatz, stieg parallel dazu die Zahl der Beschäftigten.

Abbildung 16: Gesamtübersicht Industrieverpackungen aus Metall unter 300 Liter: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)



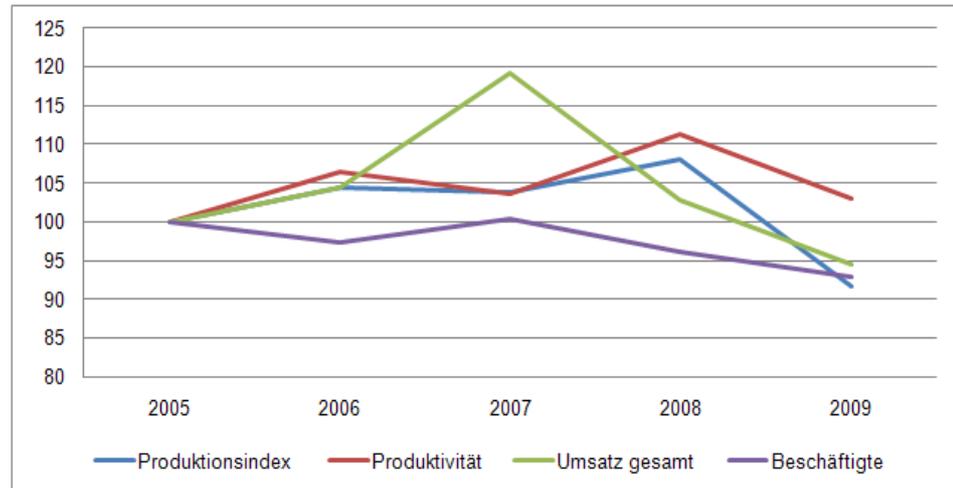
Quelle: Statistisches Bundesamt

Abbildung 17: Gesamtübersicht Industrieverpackungen aus Metall über 300l: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

Abbildung 18: Gesamtübersicht Nahrungsmittelverpackungen aus Metall: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

2.5. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Behälterglas

2.5.1. Umsatzentwicklung und Exporte

Als Teil der Glasindustrie werden die Produkte der Verpackungsglasindustrie als Behältergläser bezeichnet, die zu der statistischen Gruppierung der Hohlgläser zusammengefasst werden. Die Behältergläser wiederum unterscheiden sich in den Segmenten: Getränkeflaschen, Lebensmittelgläser sowie Pharmazie und Kosmetik, wobei die beiden Bereiche Getränkeflaschen und Lebensmittelgläser die größte Rolle spielen.

Das Produktionsvolumen ist folgendermaßen aufgeteilt:

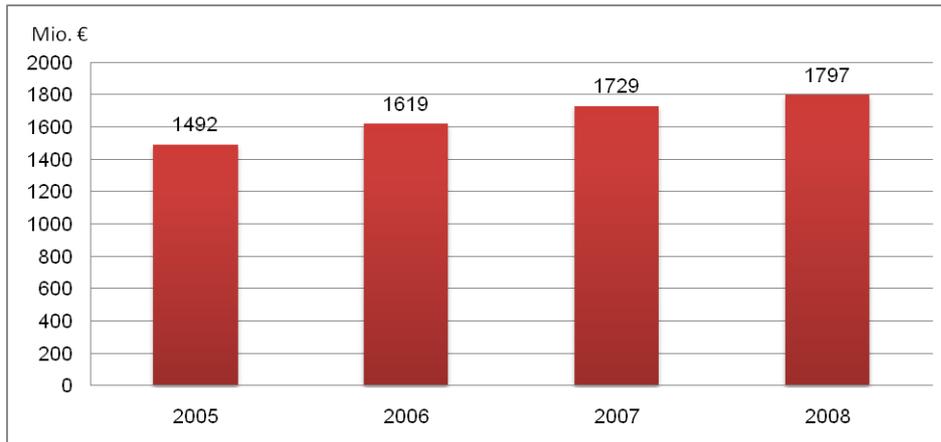
Getränkeflaschen	2,4 Millionen Tonnen
Lebensmittelgläser	1,1 Millionen Tonnen
Pharmazie/Kosmetik	0,3 Millionen Tonnen ¹⁹

Stand 2009

Da die Hohlglas herstellende Industrie auch Produzenten von Trinkgläsern und anderen Hohlgläsern beinhaltet, die nicht der Verpackungsindustrie zuzuordnen sind, beziehen sich die nachfolgend genannten Umsatz- und Exportzahlen auf die Angaben des Bundesverbands der Behälterglasindustrie. Für die Analyse der Beschäftigten- und Produktivitätsentwicklung (Beschäftigte, Produktivität) wurden ausschließlich Daten des Statistischen Bundesamtes für die Sparte Hohlglas verwendet, da für den Bereich Behälterglas kein Datenmaterial vorlag.

Abbildung 19: Umsatz Behälterglas

¹⁹ Bundesverband Glasindustrie e.V., 2010



Quelle: BVGlas Jahresberichte 2006-2008 nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes; Zahlen für 2009 lagen nicht vor.

Seit 2005 ist ein kontinuierlicher Umsatzanstieg von etwa 20 Prozent zu erkennen, welcher 2008 bei rund 1,8 Mrd. € lag.

Die Behälterglasproduktion betrug 2008 insgesamt ca. 4.1 Mio. t, wobei auf die Herstellung von Getränkeflaschen über 60 Prozent, von Konservengläsern ca. 27 Prozent und von Verpackungsglas für Nahrungsmittel, Pharmazie und Kosmetik ca. 7,3 Prozent entfielen. Die Umsatzerlöse betrugen ca. 1,7 Mio. Euro.²⁰ Im Jahr 2007 betrug der Exportanteil 33,7 Prozent und sank im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Prozentpunkte.

Der langfristige Vergleich einzelner Kennzahlen innerhalb des letzten Jahrzehnts zeigt eine leicht sinkende Betriebsanzahl (von 33 im Jahr 1998 auf 32 im Jahr 2008), einen Rückgang der Beschäftigtenzahlen (von ca. 10.200 auf ca. 9.000), eine sinkende Produktion (von 4,3 Mio. t. auf 4,1 Mio. t), jedoch einen gesteigerten Umsatz (von 1,4 Mrd. Euro auf 1,7 Mrd. Euro) und einen höheren Exportanteil (von 27 Prozent auf 33,7 Prozent).²¹

Der Auslandsumsatz ist beim Behälterglas zwischen 2005 und 2008 um ca. 100 Mio. € auf ca. 596 Mio. gestiegen. Die Exportquote erreichte 2006 einen Spitzenwert von 34,4 Prozent bevor sie im Anschluss auf 33,2 Prozent im Jahr 2008 sank.

2.5.2. Produktivität und Beschäftigte

Während Umsätze und Produktionswerte im Beobachtungszeitraum 2005 bis 2009 gestiegen sind, konnte keine Produktivitätssteigerung in der Branche erreicht werden. Mit Beginn der Krise gingen jedoch auch die Umsätze und Produktionsmengen merklich zurück.

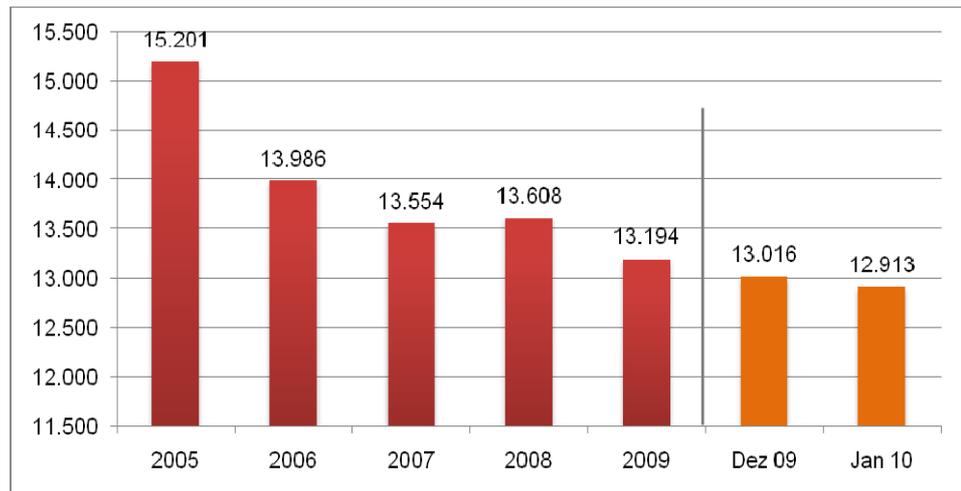
Befand die deutsche Glasindustrie sich noch im ersten Halbjahr 2008 in einer stabilen wirtschaftlichen Lage und auf hohem Niveau, musste jedoch im zweiten Halbjahr 2008 aufgrund der Krise ein konjunkturelles Abflauen konstatiert werden. Im Vergleich zur gesamten Glasindustrie hat jedoch das Segment „Behälterglas“ weniger mit der weltweiten Wirtschaftskrise zu kämpfen. Die gewinnbringenden Losgrößen ab 1 Mio.

²⁰ Fraese 2009

²¹ Ebda. und eigene Berechnungen

Glasflaschen konnten zwar nicht mehr erreicht werden, jedoch tragen die letzten 3 bis 4 Jahre des Booms zur Abfederung der Krise bei. Zu beobachten ist jedoch auch ein Rückgang des Konsumverhaltens gegenüber Premiumprodukten, wobei das Behälterglas hier überproportional betroffen ist. Befragte Branchenexperten schätzen diesen Rückgang in einer Größenordnung von 10 Prozent ein. Weiterhin wird ein Umsatzrückgang zwischen 5 und 10 Prozent prognostiziert.

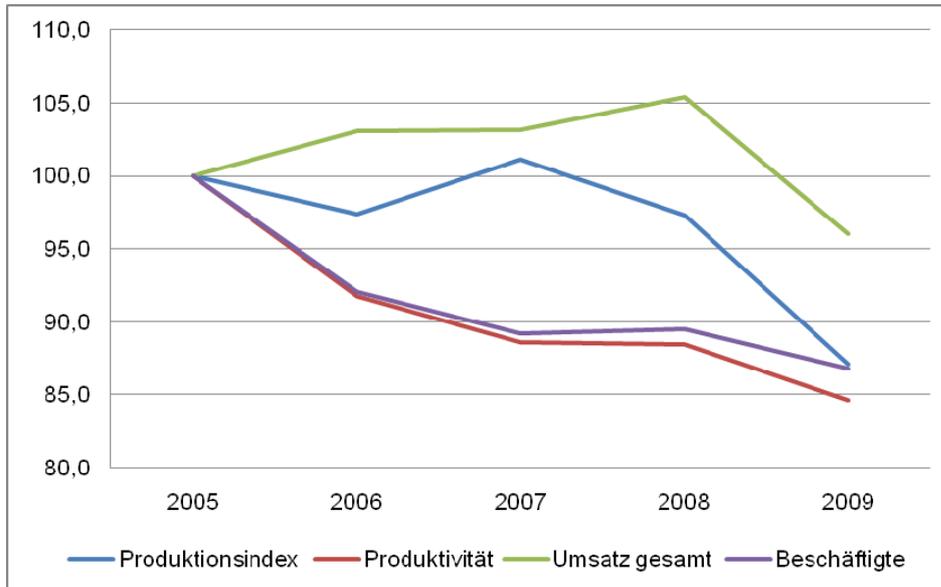
Abbildung 20: Beschäftigte Hohlglas



Quelle: Statistisches Bundesamt

Begegnet wird diesen Entwicklungen bei den Unternehmen durch Kurzarbeit sowie Preis- und Kapazitätsanpassungen - wobei diese Strategien nicht zu einem Abbau der vorhandenen Überkapazitäten in der Branche führen. Im Gegenteil wird durch zusätzlichen Kapazitätsaufbau durch mittelständische Glashütten sowie durch den Neubau einer Glashütte in Sachsen-Anhalt das Problem der Überkapazitäten noch verschärft. Dies bedeutet weiterhin einen erhöhten Kosten- und Wettbewerbsdruck in den Betrieben, einhergehend mit Umsatz- und Gewinneinbußen.

Abbildung 21: Gesamtübersicht Hohlglas: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

Aufgrund der vorhandenen Datenlage zeigt die Abbildung 21 den gesamten Bereich der Hohlgläser. Laut dem BVGlas sind an bundesweit 32 Standorten im Jahr 2009 bei den Herstellern von Glasverpackungen (Behälterglas) 9.000 Mitarbeiter beschäftigt.²² Für die gesamte Glasbranche weisen die Daten des Statistischen Bundesamtes eine Beschäftigtenzahl von etwa 14.000 im Jahr 2008 aus. Da in der Hohlglas herstellenden Industrie auch Produzenten von Trinkgläsern und anderen Hohlgläsern aufgeführt werden, die nicht der Verpackungsindustrie zuzuordnen sind, muss hier der Grund für die Differenz zwischen den Angaben des BVGlas und des Statistischen Bundesamtes begründet sein. Über einen längeren Beobachtungszeitraum lässt sich ein eindeutiger Rückgang der Beschäftigtenzahl um mehr als 10.000 Arbeitsplätze in den letzten 13 Jahren feststellen. Dies entspricht einem Rückgang um 43 Prozent. Eine ähnlich hohe Quote weisen nur der Bereich Metallverpackungen und mit leichten Abstrichen der Bereich der Papierverpackungen auf.

Nach dem starken Personalabbau bis zur Mitte des Jahrzehntes, scheint sich die Lage im Bereich Hohlglas zu stabilisieren, jedoch wird derzeit ein Arbeitsplatzabbau vor allem von den beiden bestimmenden Unternehmen Ardagh-Glass und St. Gobain betrieben. So baute Ardagh-Glass 2009 etwa 400 Stellen ab, die meisten davon im niedersächsischen Werk Bad Münde. Die überwiegende Zahl der anderen Unternehmen konnte ihre Stammbesetzung jedoch halten und teilweise sogar aufstocken. Zusätzlich wurde in Gardelegen/Sachsen-Anhalt eine komplette Neuanlage der Agenda Glas AG mit einer geplanten Glasproduktion von 95.000 t/a gebaut, so dass die Kapazitäten der Hohlglasproduktion auf einem hohen Niveau verbleiben werden.

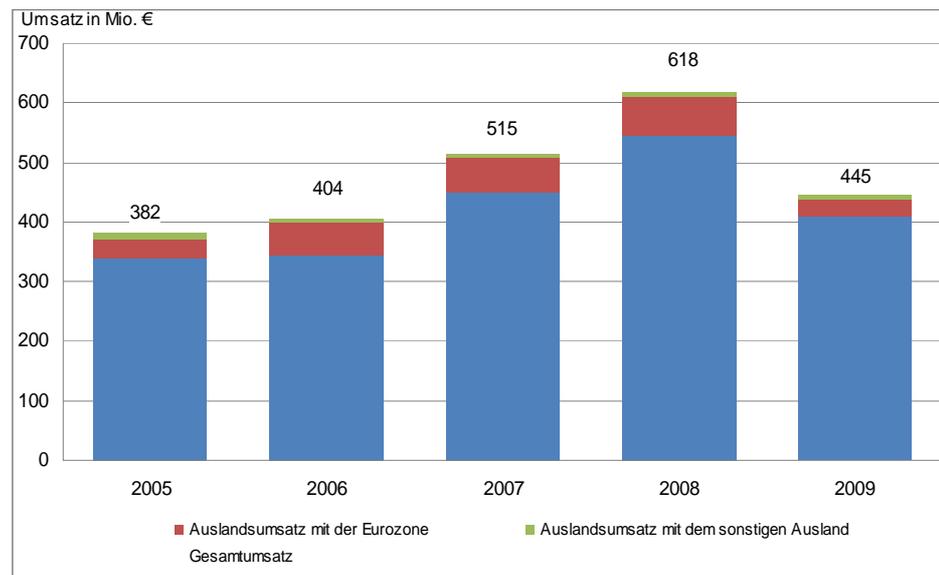
²² Bundesverband Glasindustrie e.V., 2010

2.6. Wirtschaftliche Entwicklung im Segment Holz

2.6.1. Umsatzentwicklung und Exporte

In der Holzverpackungsindustrie wuchs der Umsatz im Zeitraum von 2005 bis 2008 von Jahr zu Jahr. Die größte Steigerung erreichte die Branche zwischen 2007 und 2008, in diesem Zeitraum ist ein Umsatzplus von über 100 Mio. € zu verzeichnen. Die Anzahl der Unternehmen spiegelt dieses Wachstum wider: Anfang 2005 meldete das Statistische Bundesamt 26 Unternehmen, Ende 2008 waren es bereits 40 Unternehmen mit insgesamt 3.247 Beschäftigten.

Abbildung 22: Umsatz Holzverpackungen



Quelle: Statistisches Bundesamt

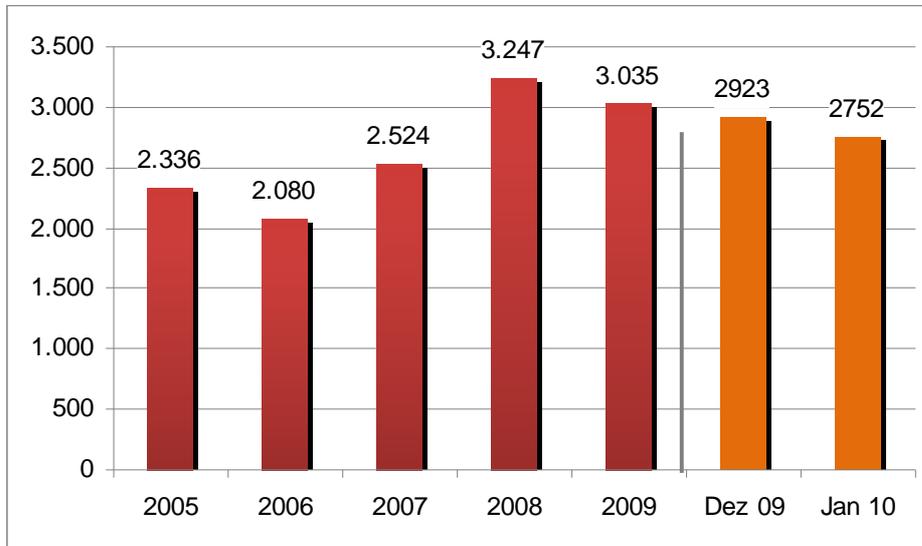
Der Gesamtumsatz des Segmentes brach jedoch im Krisenjahr 2009 um 28 Prozent ein, so dass nur noch Produkte im Wert von 445 Mio. € umgesetzt wurden. Holzverpackungen werden größtenteils im Inland nachgefragt. Zwar hat die Holzverpackungsindustrie in den letzten Jahren ihren Exportanteil ausbauen können, aber mit einer Exportquote von 12,1 Prozent ist sie im klassischen Sinne keine Exportindustrie.

2.6.2. Produktivität und Beschäftigte

Ähnlich wie in den anderen Teilsegmenten der Verpackungsindustrie ist in dem Zeitraum von 2005 bis 2009 die Zahl der Beschäftigten gestiegen. Die Zunahme von ca. 1.200 Beschäftigten von 2006 bis 2008 auf rund 3.250 Arbeitnehmern entspricht einem Zuwachs von 56 Prozent. Ursache für dieses Wachstum ist die sehr gute wirtschaftliche Entwicklung bei Holzverpackungen. Zwar nahm die Beschäftigtenzahl im Jahre 2009 um 200 Stellen wieder leicht ab, mit anziehender Konjunktur kann sich diese Situation jedoch wieder umkehren.

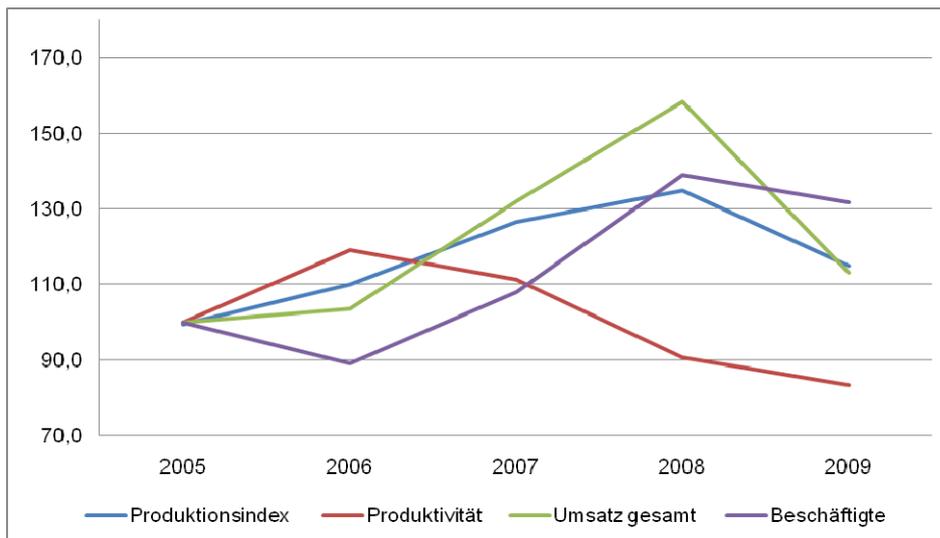
Die Holzverpackungen weisen die geringsten Produktivitätssteigerungen aller Teilsegmente der Verpackungsindustrie auf.

Abbildung 23: Beschäftigte Holzverpackungen



Quelle: Statistisches Bundesamt

Abbildung 24: Gesamtübersicht Holzverpackungen: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)

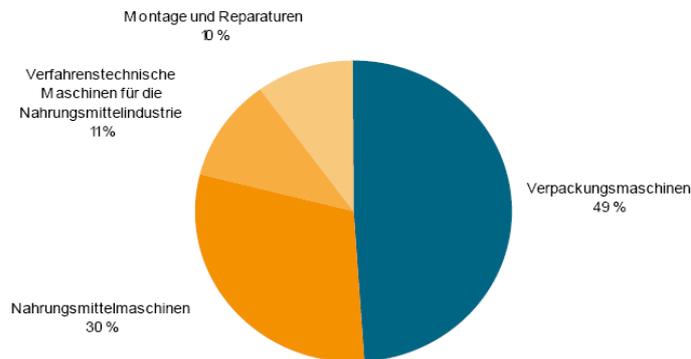


Quelle: Statistisches Bundesamt

Exkurs: Verpackungsmaschinenhersteller

Die Verpackungsmaschinenhersteller sind aufgrund der gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnisse zu den Packmittelherstellern in einem engen Zusammenhang zu betrachten. Die Technisierung und Automatisierung der Produktionsprozesse in der Nahrungsmittelerzeugung, -verarbeitung und -verpackung ist weltweit auf dem Vormarsch. In hoch entwickelten Industrieländern sorgen Produktinnovationen, neue Trends in Ernährung und Verpackung für eine stabile Investitionstätigkeit auf hohem Niveau. Starke Wachstumsimpulse kommen aus Schwellen- und Entwicklungsländern, in denen noch ein erheblicher Technisierungs- oder Modernisierungsbedarf besteht. Beides sorgt dafür, dass die Nachfrage nach Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen ist.²³

Abbildung 25: Produktion 2008: Struktur im Fachzweig Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen



Quelle: Statistisches Bundesamt, VDMA

Mehr als ein Viertel (28 Prozent) des Weltexports von Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen stammen aus deutscher Produktion. In einigen Teilbranchen, wie z.B. bei Verpackungsmaschinen, Süßwarenmaschinen und Fleischverarbeitungsanlagen, liegt der Welthandelsanteil deutlich über 30 Prozent, im Bereich Getränkeherstellungsmaschinen sogar bei über 50 Prozent.

Das zweitwichtigste Lieferland von Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen ist Italien mit 22 Prozent Welthandelsanteil. In größerem Abstand folgen dann die USA, Niederlande, Schweiz und Frankreich mit Anteilen von 5 bis 7 Prozent.

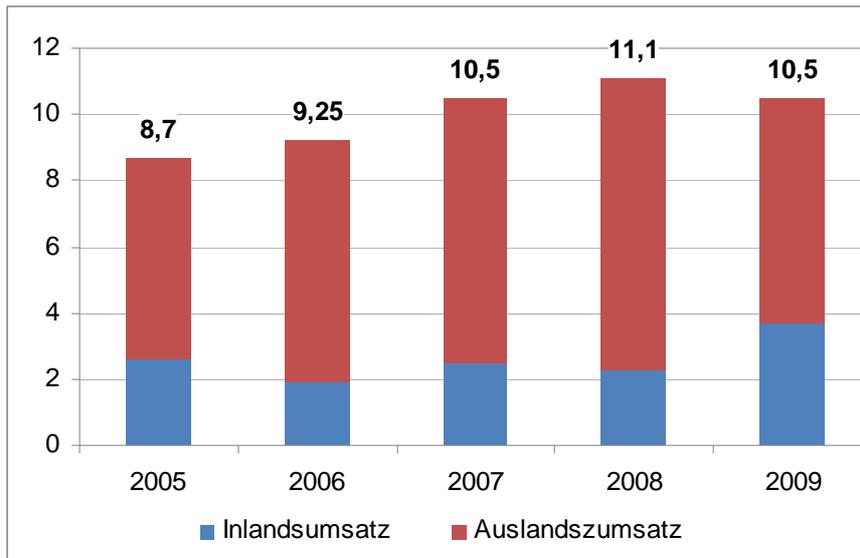
Im Fachzweig Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen bewegt sich die Exportquote je nach Teilbranche zwischen 60 und 90 Prozent. Im Gesamtdurchschnitt liegt sie bei über 80 Prozent.

In 2008 stiegen die Auslandslieferungen des Fachzweigs weiterhin deutlich an. Mit einem Plus von 5 Prozent überflügelte die Branche den Rekordwert aus dem Vorjahr und konnte Maschinen und Anlagen im Wert von 8 Mrd. € exportieren. Knapp zwei Drittel des Exportwertes entfielen dabei auf Verpackungsmaschinen einschließlich Getränkeabfüllmaschinen sowie Einzel- und Ersatzteile für Verpackungsmaschinen. Im Jahre 2008 wurde von den rund 650 Betrieben mit etwa 60.000 Beschäftigten der Nahrungs- und Verpackungsmaschinen ein Umsatzvolumen von ca. 11,088 Mrd. € erreicht. Dies entspricht einer Steigerung zum Vorjahr von 5 Prozent und im Vergleich zum Jahre 2004 um 31 Prozent. 48,7 Prozent der Maschinenproduktion verbuchten hierbei die Hersteller von Verpackungsmaschinen. (siehe Abbildung 26).

²³ Wirtschaftsbericht des Verbandes für Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. vom 22.05.2009

Zu diesen zählen ca. 300 überwiegend mittelständische Unternehmen. 30 Prozent des Umsatzes erwirtschafteten die Hersteller von Nahrungsmittelmaschinen. Zwischen 2004 und 2008 stieg das Produktionsvolumen der deutschen Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinenhersteller um 31 Prozent. Der weltweite Exporthandel in diesem Segment wächst seit Jahren kontinuierlich. Allein zwischen 2003 und 2007 stieg dieser um 39 Prozent und erreichte 2007 ein Volumen von 27 Mrd. € 28 Prozent entfielen hierbei auf Exporte aus Deutschland.²⁴ Diese positive Wirtschaftsentwicklung wurde allerdings durch die Weltwirtschaftskrise gestoppt. So mussten die deutschen Hersteller in den ersten neun Monaten 2009 einen Auftragsrückgang von 24 Prozent aus dem Ausland hinnehmen.

Abbildung 26: Umsatz der Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinenhersteller (in Mio. €)



Quelle: Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau 2009

Dabei sackten nahezu alle wichtigen Auslandsmärkte zeitgleich weg. Besonders drastisch ist der Lieferrückgang in den wichtigen Regionen Nordamerika und sonstiges Europa inklusive Russland, wo die Exporte um 42 Prozent zurückgegangen sind. Die Exporte in die USA sanken um rund 33 Prozent, in die EU27-Länder um knapp 21 Prozent, in den Nahen und Mittleren Osten um rund 26 Prozent. Die Lieferungen nach Südamerika gingen um rund 39 Prozent zurück, wobei sich jedoch die ABC-Länder positiv entwickelten und einen Zuwachs zu verzeichnen haben. Die Lieferungen nach Argentinien stiegen um 38,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum, in Brasilien sind es knapp 5 Prozent und in Chile 6,5 Prozent. Auch der asiatische Markt wurde nicht von den Einbrüchen verschont. Die Lieferungen nach Indien liegen 30 Prozent unter Vorjahresniveau und nach China, an dritter Stelle der TOP 10-Absatzmärkte von deutschen Verpackungsmaschinen, liegen sie rund sieben Prozent unter Vorjahresniveau.²⁵

²⁴ Fritsche 2009

²⁵ Ebd.

3. Standorte und Märkte

Anhand der Kunden und des Stellenwerts des Exportgeschäfts wird im branchenübergreifenden Vergleich deutlich, dass die Verpackungsindustrie bisher keinen globalen Markt versorgt, sondern die Unternehmen derzeit in regionalen Räumen eng mit ihren Abnehmern zusammenarbeiten. Zwar sind viele Produktionsstandorte Bestandteil von globalen Großkonzernen, jedoch verläuft ihre Exporttätigkeit bisher hauptsächlich im europäischen Raum.

In den Gesprächen mit den Branchenexperten wurde jedoch auch deutlich gemacht, dass es in fast allen Unternehmen Bestrebungen gibt, zusätzlich weltweit tätig zu werden und in potenzielle Zukunftsmärkte vorzustoßen. Dieser Ansatz wird nur zum Teil durch Exportbestrebungen, sondern durch mögliche Standortneugründungen vor Ort verfolgt. Nach Aussagen der Branchenexperten werden insbesondere die Märkte Osteuropas, Russlands und Chinas in den Fokus einer verstärkten Marktpräsenz gerückt.

Eine Ausnahme in dieser Einschätzung bilden die Hersteller von Getränkedosen. Hier wurde von dem Repräsentanten des Gesamtverbandes der Aluminiumindustrien e.V. (GDA) hinsichtlich der Marktchancen im asiatischen Raum auf die dominante Vorherrschaft chinesischer Anbieter verwiesen, die eine Marktpräsenz deutscher oder europäischer Hersteller ausschließt.

3.1. Papier

Integrierte internationale und global agierende Konzerne, wie das beispielhaft in die Analyse einbezogene Unternehmen Smurfit Kappa, die eigene Papier- und Pappproduktion vorhalten (wie etwa am Standort Diemelstadt bei der C.D. Haupt Papier) und Wellpappenrohrpapier entwickeln, haben eine sehr diversifizierte Standortstruktur, um mit ihren Produkt der Wellpappenverpackungen Kunden im Umkreis von max. 200 km flächendeckend bedienen zu können. Allein in Deutschland verfügt Smurfit Kappa über 25 Wellpappenfabriken, die von vier nationalen Papierfabriken (z.B. Diemelstadt) mit den notwendigen Vorprodukten versorgt werden. Nur 10 Prozent der in Diemelstadt erzeugten Papierprodukte gehen an Drittkunden, der Rest wird konzernintern weiterverarbeitet.

Hauptabnehmer für Wellpappenverpackungen sind nach Experteneinschätzung die Automobilzulieferindustrie, die chemische Industrie, die Nahrungsmittelindustrie und Getränkeindustrie. Für den Nahrungs- und Genussmittelbereich werden insbesondere die sog. Umverpackungen produziert. Die Produktionsstandorte konzentrieren sich nach Einschätzung des Gesprächspartners hauptsächlich im Umkreis der Abnehmer.

Die größten Unternehmen, die Verpackungen aus Papier und Wellpappe herstellen, sind Smurfit Kappa mit ca. 5500 Mitarbeitern an 46 Standorten in Deutschland (weltweit etwa 39.000 Mitarbeiter an 400 Standorte in 30 Ländern, davon über 300 Standorte mit mehr als 32.000 Mitarbeitern in Europa) und einem Umsatz von 7,1 Mrd. € und SCA Packaging, die mit weltweit 23.000 Mitarbeitern an über 200 Standorten in 28 Ländern

im Jahre 2008 einen Umsatz von ca. 3,5 Mrd. € erwirtschafteten. In Deutschland beschäftigt SCA Packaging ca. 2600 Mitarbeiter in 26 Werken, die 2008 einen Umsatz in Höhe von ca. 528 Millionen € erzielten.

Mit 2.527 Mitarbeitern in acht Werken in Deutschland, der Schweiz, den Niederlanden und Slowenien gehört MM Karton ebenfalls zu den größten Produzenten von Papier- und Wellpappeverpackungen. Das Unternehmen erzielte im Jahr 2009 einen Umsatz von 766 Mio. €. Ein weiteres marktbestimmendes Unternehmen ist Tetra Pak, das seinen Unternehmenssitz in der Schweiz hat und bei einem Umsatz von knapp 9 Mrd. € 21.500 Mitarbeiter beschäftigt. Das Unternehmen ist insbesondere für Getränkeverpackungen bekannt, stellt jedoch in Tochterfirmen Verpackungsmaschinen und auch Kunststoffverpackungen her.

3.2. Kunststoff

In dem Kunststoffsegment „Folien“ sind Produktionsstandorte der Folienherstellung deutschlandweit verteilt. Einzig für den Bereich der PET-Herstellung für Kunststoffflaschen und Verpackungsfolien ist eine Konzentration im Bereich Kempten/Allgäu festzustellen. Hier handelt es sich in erster Linie um Klein- und Kleinstbetriebe, die mit der regionalen Agrar- und Milchwirtschaft zusammenarbeiten. Die Betriebsgrößen für den Bereich der Herstellung von PVC- (bspw. für Verpackungsflaschen für Öl und Essig) bzw. PET-Folien bewegen sich in der Bundesrepublik zwischen 20 und 1.500 MitarbeiterInnen, wobei davon auszugehen ist, dass kleinere Betriebsgrößen PET-Folien herstellen, da in diesem Segment gegenüber Produktionsanlagen für die PVC-Herstellung, die bis zu 20 Mio. € Investitionen verlangen, kostengünstigere Produktionsanlagen zum Einsatz kommen können.

Die Märkte sind in der Bundesrepublik, Europa (hier insbesondere Frankreich) sowie weltweit verteilt. Konkurrenz besteht in nationalen Anbietern sowie Anbietern aus Spanien und Italien. Darüber hinaus unterhält z.B. einer der nationalen Marktführer, Klöckner Pentaplast, Produktionsstätten in Asien und Nord- und Südamerika. Geplant ist der Aufbau einer Produktionsstätte in Russland. Derzeit beschäftigt Klöckner Pentaplast weltweit 3.200 Mitarbeitern in 11 Ländern, die über 1,1 Mrd. € umsetzen. In Deutschland hat das Unternehmen ca. 1.200 Mitarbeiter. Diese Bestrebungen der Standortneugründung in potenziellen Zukunftsmärkten sind auch bei anderen konkurrierenden Unternehmen zu konstatieren.

3.3. Metall

Der größte Produzent von Metallverpackungen, Novelis, mit weltweit mehr als 12.300 Mitarbeitern an 33 Standorten in 11 Ländern, erzielte 2009 einen Umsatz von 7,5 Mrd. €. In Deutschland existieren fünf Standorte mit ca. 2.400 MitarbeiterInnen und einem Umsatz von etwa 2 Mrd. €. Ein weiteres Unternehmen im Bereich Metall ist Ball Packaging Europe mit über 3.000 Mitarbeitern in Europa und einem Umsatz von 1,2 Mrd. €. In Deutschland werden mit etwa 1.000 Mitarbeitern an vier Standorten etwa 1,2 Mrd. € umgesetzt. Ball produziert vor allem Getränkedosen und ist in dem Segment Marktführer.

Die Märkte sind zwar weltweit verteilt (so lieferte Ball Packaging durch seine deutschen Produktionsstandorte Getränkedosen nach Angola), Kernmärkte sind jedoch Westeuropa und die Wachstumsregionen Ost- und Südeuropa. Die Branche wird nicht von Kleinbetrieben beherrscht. Die Größenordnungen der Konkurrenz bewegen sich im Rahmen von Ball Packaging. Die Konzentration der Hersteller in Deutschland ist derzeit noch auf Bundesländer bezogen und berücksichtigt die Nähe zum Kunden.

3.4. Glas

Die Glasindustrie ist nach wie vor regional ausgerichtet - die Hauptmaxime lautet: Die Nähe zum Kunden suchen. Die Märkte für Behälterglas befinden sich in der Bundesrepublik (gesamt), in den Benelux-Ländern, Frankreich, Schweiz, Österreich und Norditalien. Dennoch gibt es auch hier einige sogenannte „global player“. Größter Konkurrent des Marktführers Ardagh-Glas aus Irland mit 20 Produktionsstätten und 6.500 Mitarbeitern, davon acht in Deutschland, vier in Großbritannien, drei in Polen, zwei in den Niederlanden sowie jeweils einem Standort in Italien, Schweden und Dänemark, ist der französische Konzern Saint Gobain mit 90 Produktionsstätten, über 33.000 Mitarbeitern in ganz Europa und 7,8 Mrd. € Umsatz.

3.5. Holz

Die Holzverpackungshersteller sind stark regional aufgestellt und bisher sind keine Tendenzen zu einer Konzentration zu erkennen. Über 400 überwiegend inhabergeführten Unternehmen aus allen Bereichen der Holzpackmittelindustrie, stellen von Paletten über Packmitteln, Kabeltrommeln, Steigen und Spankörben aus Holz her. Die meisten Holzverpackungshersteller sitzen in Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen.

Exkurs: Verpackungsmaschinenhersteller

Die Situation der Verpackungsmaschinenhersteller unterscheidet sich deutlich von den Packmittelherstellern. Fast ein Viertel aller weltweit eingesetzten Verpackungsmaschinen wurden in Deutschland entwickelt und hergestellt. Insbesondere die beiden Landkreise Schwäbisch Hall und Rems-Murr vereinen bundesweit eine hohe Anzahl an Unternehmen der Branche. Dies hat dazu geführt, dass sich vor kurzem unabhängig voneinander in beiden Landkreisen starke Vereine gründeten, welche die vorhandenen Potenziale in der Branche vernetzen wollen und weltweit die vorhandenen Stärken vermarkten möchten.

In der Region Stuttgart wurde das „Packaging Excellence Center“ (PEC) mit Sitz in Waiblingen am 27.10.2007 gegründet. Dieses vereint aktuell 45 Mitglieder über die Wertschöpfungskette der Verpackungstechnik hinweg. In Schwäbisch Hall entstand am 09.10.2007 der Verein „Packaging Valley Germany“, welcher derzeit aus 34 Mitgliedern aus dem Verpackungsmaschinenbau besteht. An der Spitze der beiden Vereine stehen für das PEC der Waiblinger Oberbürgermeister Andreas Hesky und für das „Packaging Valley“ der Unternehmer und Geschäftsführer der Haller Optima Group, Hans Bühler.

Beide Netzwerke beteiligten sich an dem landesweiten Clusterwettbewerb Baden-Württemberg und wurden im November 2008 gemeinsam durch das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg prämiert. „Die Jury hat die hohe profilbildende und strategische Relevanz der Vernetzung in der Verpackungsindustrie für das Land Baden-Württemberg ausdrücklich gewürdigt. Eine wachstumsorientierte und international sichtbare Entwicklung dieses Clusters könne jedoch durch Bündelung der Aktivitäten besser unterstützt werden.“ betont Ministerialdirigent Günther Leßnerkraus, Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg.²⁶ Diese Auszeichnung eröffnet beiden Initiativen die Möglichkeit, mit einem gemeinsamen Antrag eine gemeinsame Förderungsoption bis zu 300.000 € aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) zu aktivieren.

²⁶ Packaging Excellence Center 2009

4. Rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen

Da Verpackungen hauptsächlich aus wertvollen (sekundären) Rohstoffen bestehen, dient deren Wiederverwendung oder Verwertung zur Schonung von natürlichen Rohstoffquellen, zur Energieeinsparung und zur Reduzierung der Emission von Treibhausgasen. Die Voraussetzung hierfür ist jedoch eine verbesserte Recyclingmöglichkeit und die Bereitschaft der Bevölkerung, Abfälle getrennt zu sammeln. Somit unterliegt die Verpackungsindustrie einer umfangreichen rechtlichen Regulierung, die vor allem von der europäischen Ebene ausgeht.

Im Vorfeld der europäischen Rechtsprechung erließ die Bundesregierung bereits 1991 eine Verpackungsverordnung, um dem ständigen Anstieg der Verpackungsmengen entgegen zu wirken.²⁷ Mit dieser Verordnung wurde erstmals eine umfassende Regelung im Sinne der Kreislaufwirtschaft und zur Verwirklichung der Produktverantwortung geschaffen, das heißt, dass die Verantwortung der Hersteller und Händler für ihr Produkt von der Herstellung bis zu dessen umweltgerechten Entsorgung ausgedehnt wurde.

Umgesetzt wurde die Kreislaufwirtschaft durch die Verpflichtung für Hersteller von Verpackungen, diese entweder zurückzunehmen oder zu verwerten. Aus diesem Grund wurden flächendeckende Sammel- und Entsorgungssysteme („duale Systeme“) in Verantwortung der Wirtschaft eingerichtet.

Diese neue gesetzliche Regelung erweist sich im Rückblick als ökologisch wirksames Instrument der Abfallvermeidung. Der jährliche Anstieg des Verpackungsverbrauchs wurde gestoppt und hat sich seit vielen Jahren auf einem Niveau zwischen 15 und 16 Tausend Kilotonnen eingependelt.

Im europäischen Umfeld fand die gesetzliche Regelung zur Verpackungsverordnung von 1991 eine große Beachtung. Nach deutschem Vorbild veranlassten zahlreiche Nachbarstaaten wie Österreich, die Niederlande, Belgien oder Frankreich ähnliche Maßnahmen. Schließlich gaben diese nationalen Initiativen auch den Anstoß für die Verabschiedung der Europäischen Richtlinie 94/62/EG über Verpackungen und Verpackungsabfälle vom 20. Dezember 1994, die nunmehr für alle Mitgliedsstaaten der EU verbindlich wurde.

Seitdem wurde die Verordnung bisher fünfmal revidiert. Mit der „Dritten Verordnung zur Änderung der Verpackungsverordnung vom 24. Mai 2005“ hat die damalige Bundesregierung die Bestimmungen über die Pfandpflicht von Einweg-Getränkeverpackungen vereinfacht.

Am 7. Januar 2006 ist die vierte Änderungsverordnung zur Verpackungsverordnung in Kraft getreten. Durch die Änderungsverordnung wurden die Begriffsbestimmungen für Verpackungen ergänzt und neue Zielvorgaben für die Verwertung der einzelnen Verpackungsmaterialien festgelegt. Diese Vorgaben hatten in Deutschland allerdings keine Aus-

²⁷ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit 2009

wirkungen auf die Praxis, da in Deutschland die für Ende 2008 verlangten Quoten bereits vorher bei sämtlichen Materialarten erfüllt wurden.

Nach dieser Änderungsverordnung sollten spätestens bis zum 31. Dezember 2008 mindestens 65 Masseprozent der Verpackungsabfälle verwertet werden und mindestens 55 Masseprozent der Verpackungsabfälle stofflich verwertet werden. Dabei sollen die folgenden material-spezifischen Mindestzielvorgaben für die stoffliche Verwertung erreicht werden:

- 60 Masseprozent für Glas
- 60 Masseprozent für Papier und Karton
- 50 Masseprozent für Metalle
- 22,5 Masseprozent für Kunststoffe (wobei nur Material berücksichtigt wird, das durch stoffliche Verwertung wieder zu Kunststoff wird)
- 15 Masseprozent für Holz

Seit dem 1. April 2009 ist die „Fünfte Verordnung zur Änderung der Verpackungsverordnung“ vollständig in Kraft getreten. Wesentliches Ziel der Änderungsverordnung ist die Sicherstellung der haushaltsnahen Entsorgung von Verkaufsverpackungen. Zu diesem Zweck sieht die Neuregelung eine klare Trennung der Entsorgung von privaten Endverbrauchern (Haushalte und vergleichbaren gewerblichen Anfallstellen) sowie gewerblichen/industriellen Endverbrauchern vor. Zugleich soll die Transparenz bei der Entsorgung von Verkaufsverpackungen erhöht und ein verbesserter Rahmen für den Wettbewerb zwischen den Anbietern haushaltsnaher Rücknahmesysteme vorgegeben werden.²⁸

Während die meisten Segmente der Verpackungsindustrie mit der sukzessiven Steigerung der Anforderungen der Verpackungsverordnung Schritt halten konnten, sind negative Auswirkungen der Verpackungsverordnung insbesondere bei den Herstellern von Getränkedosen zu beobachten: Hier begannen im Jahre 2003 mit der „Pfand Einführung Getränkedosen“, die eine verheerende Auswirkung auf den deutschen Markt für Getränkedosen nach sich zog, die Veränderungstrends der Branche. In diesem Zusammenhang wurde von einem Experten von der Diskriminierung der Getränkedose gegenüber den Glasbehältern gesprochen.

Bis heute hat sich der Markt von dieser gesetzlichen Normierung nicht wieder erholt. In diesem Zusammenhang bewirkt nur das „Außengeschäft“ mit dem Export von Getränkedosen in das europäische Ausland die Möglichkeit der Produktion in allen deutschen Standorten, wobei aufgrund der Wirtschafts- und Konjunkturkrise Märkte wie Polen und Russland derzeit stark eingebrochen sind.

²⁸ Ebd.

5. Einflussfaktoren und Herausforderungen an die Verpackungsindustrie

Die aktuellen Herausforderungen, vor der die Verpackungsindustrie in Deutschland steht, hängen stark von der Entwicklung auf den Weltmärkten ab. Mehr als die Hälfte aller Verpackungsunternehmen hat in einer aktuellen Branchenumfrage angegeben „stark“ bzw. „sehr stark“ von der Krise betroffen zu sein. Die betroffenen Unternehmen gaben an, dass die Umsätze im Jahr 2009 um etwa 20 Prozent zurückgegangen seien. Der Gewinn vor Zinsen und Steuern sank bei der Hälfte der Unternehmen sogar um mehr 20 Prozent, während etwa 40 Prozent der befragten Unternehmen von einem Rückgang bis zu 20 Prozent der Erträge ausgingen.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass Unternehmen, die vor allem für die Automobil- oder Maschinenbaubranche produzieren, besonders stark betroffen sind. Bei Unternehmen mit einer differenzierten Kundenstruktur und einem Kundenstamm aus der Kosmetik-, Lebensmittel- und Pharmaindustrie ist die Situation deutlich besser. An dieser Stelle wird die Betroffenheit der verschiedenen Branchen bezüglich der Krise besonders deutlich.

Die meisten Unternehmen gehen weiterhin von einer tiefen Krise aus, die nachhaltig die Strukturen der Branche beeinflussen könnte. Obwohl erste Anzeichen für eine Erholung bereits im 4. Quartal 2009 sichtbar geworden sind und die Aufträge langsam wieder anziehen, glaubt die überwiegende Zahl der Unternehmen an eine Branchenerholung erst für das Ende des Jahres 2011.

Insbesondere Unternehmen, die in den Umfragen deutlich geringere Umsatzeinbußen hinnehmen mussten, haben z.B. mit offensiveren Marketing oder verbesserten Produkten Maßnahmen ergriffen, um neue Kunden und Märkte zu gewinnen. Weiterhin erhöhten diese Unternehmen ihre Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten und unterzogen ihrer Unternehmensstrategie einer Anpassung.

Produktionsintern wurde deutlich stärker versucht, die Liefer- und Durchlaufzeiten zu reduzieren, als dies im Durchschnitt aller Unternehmen der Fall war.

In der Zukunft werden jedoch Themen zu bearbeiten sein, die in der Vergangenheit nicht im Fokus der Unternehmen gestanden haben. Die Bedeutung von Logistik- und Prozessoptimierung, die sich in einer Erhöhung der Produktionsflexibilität, des Servicelevels, der Lieferflexibilität und der Planungsgenauigkeit niederschlagen, werden für die Unternehmen immer wichtiger. Zusätzlich wird das Thema der Ressourceneffizienz aus betriebswirtschaftlicher und ökologischer Sicht einen immer größeren Stellenwert erlangen. Weitere Schwerpunkte werden im Service und After Sales-Geschäft liegen. Auch der Aufbau von Vertriebskapazitäten rückt wieder verstärkt in das Zentrum der Bemühungen.

Im Folgenden soll auf einzelne Handlungsfelder und deren Ursachen eingegangen werden, die zukünftig Trends und Herausforderungen bestimmen werden.

5.1. Strukturwandel durch Globalisierung

Der Strukturwandel in der Verpackungsindustrie ist als fließend zu betrachten und lässt sich demnach nicht an bestimmten wirtschaftlichen Einbrüchen festmachen. Vielmehr kann der Beginn des Wandels der Verpackungsindustrie vermutlich mit den in den 1980er Jahren beginnenden Globalisierungstendenzen in Verbindung gebracht werden.

Die sich damals entwickelnden IT-Optionen mit dem rasanten Aufstieg des Internets mit der Möglichkeit des weltweiten Handels, die Notwendigkeit schnellster Reaktionszeiten auf Kundenanforderungen, die schnelle Vergleichbarkeit von Angeboten durch die potenziellen Auftraggeber sowie die weltweit mögliche Auftragsvergabe unterhöhlten die althergebrachten Strukturen der gesamten Branche. Daraus resultierte ein neues wirtschaftliches Denken. Eines der Ergebnisse dieser neuen Sichtweise, die bis heute anhält, ist z.B. die Überlegung, sich von kundennahen, lokalen bzw. regionalen Standorten zu lösen und nationale bzw. europäische und außereuropäische Standortgründungen voranzutreiben, um großflächig die Märkte bedienen zu können.

Diese Entwicklung ist umso mehr zu beachten, da die Unternehmen der Verpackungsindustrie als Dienstleister traditionell eine regionale Verteilung mit Nähe zum Kunden bevorzugten, die schnelle Kommunikation und operative Reaktion auf Kundenwünsche sowie kurze Transportwege beinhaltete. Im Zuge der Globalisierung und der immer schwierigeren Marktlage - dies auch schon vor der 2008 beginnenden Wirtschafts- und Konjunkturkrise - wurde und wird dieses Merkmal der Verpackungsindustrie in der Bundesrepublik immer mehr aufgeweicht. Aufgrund der Konsolidierung der Auftraggeber durch Fusionen und Übernahmen zu global agierenden Konzernen (z.B. Unilever, Nestlé, Heineken, Anheuser-Busch, Cadbury, Kraft Food, Coca Cola, etc.) ist vor allem die konsumorientierte Verpackungsindustrie gezwungen, neben den immer noch bestehenden nationalen Aktivitäten eine weitere Europäisierung und Internationalisierung der Standorte durch Neugründungen zu verfolgen.

Diese Entwicklungstendenzen bestimmen gleichzeitig - dies in erster Linie aufgrund der hohen Investitionskosten für Standortneugründungen - eine Erhöhung des Konzentrationsgrads des Marktes weg von eigenständigen klein- und mittelständischen Betrieben hin zu Konzernen, die weltweit agieren können und in der Vergangenheit eine „Marktbereinigung“ vornahmen. Dies bedeutet in der Praxis zwar mittelständige Unternehmensgrößen mit unter eintausend Beschäftigten pro Standort, jedoch aufgrund der Konzernzugehörigkeit bundes-, europa- und/oder weltweit Beschäftigtenzahlen von mehreren Tausend MitarbeiterInnen.

Durch Standortneugründungen sowie aufgrund der Auswirkungen der Wirtschaftskrise mit geringerer Nachfrage sind jedoch auch Überkapazitäten aufgebaut worden, die die zukünftige Marktentwicklung - insbesondere für die Bereiche „Behälterglas“, „Getränkedosen“ und „Weißblech“ - als schwer einschätzbar erscheinen lassen.

Überdies hat der Bedeutungswandel der Verpackung zu einem Marketinginstrument für die Verpackungshersteller und ihre zunehmend global agierenden Kunden dazu geführt, dass auch die Verpackung eines Pro-

duktes Bestandteil einer internationalen Verkaufsstrategie geworden ist. Dies gilt insbesondere für die konsumnahen Verkaufsverpackungen, die auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Konsumenten ausgerichtet sein müssen.

Studien belegen, dass Verbraucher die durchschnittlichen Verpackungskosten der Ware überbewerten und bereits anhand der Verpackung Qualitätsmerkmale der Ware festmachen. So liegt der durchschnittliche Anteil der Verpackung an den Produktionskosten (bei Waren des täglichen Gebrauchs) bei rund 8 Prozent, der Anteil der Verpackungen an den Qualitätsurteilen der Verbraucher jedoch bei 15-25 Prozent.²⁹

Aber auch an Transportverpackungen werden aufgrund des weltweiten Handels immer höhere Anforderungen gestellt. Hier spielen neben der Schutzfunktion zunehmend auch Werbefunktion und Wiedererkennbarkeit der Ware eine Rolle sowie der Schutz vor Plagiaten (Sicherungstechnologien).

Neben den neuen Märkten, die im Zuge der Globalisierung von einigen Verpackungsherstellern erschlossen werden konnten, kann als Kehrseite der Globalisierung die fortschreitende Verlagerung von deutschen Produktionsbetrieben gesehen werden. Dies bedeutet eine tendenzielle Produktionsverlagerung ins Ausland und somit auch die mögliche Konkurrenz von ausländischen Verpackungsherstellern an den neuen Standorten. Um diesen Abwanderungstendenzen der Kunden gerecht zu werden, muss die Verpackungsindustrie entweder neue Produktionskapazitäten in diesen Ländern schaffen oder verstärkt exportieren. Die Tatsache, dass der Export der deutschen Verpackungsmaschinenhersteller in gerade diese Schwellenländer in den letzten Jahr stark angestiegen ist, lässt die Vermutung zu, dass die eigenen Verpackungskapazitäten in solchen Ländern bald ausreichend sein werden, so dass wieder mit einem Rückgang der Produktexporte gerechnet werden muss.

Eine weitere Verflechtung der Verpackungsindustrie in die globalen Handelsströme stellt die Abhängigkeit der Branche von den international gehandelten Rohstoffen dar. Die enormen Preisschwankungen der letzten Jahre haben innerhalb der verschiedenen Verpackungssegmente unterschiedliche, aber dennoch nicht zu unterschätzende Auswirkungen auf die Produktion von Verpackungen gehabt. Verpackungsproduzenten geraten daher zunehmend unter den Druck, die Produkte ressourcen- und energieeffizient herzustellen. Rund ein Drittel³⁰ der gesamten Produktionskosten werden in der Verpackungsindustrie für Rohstoffe ausgegeben. Aufgrund der enormen Preisschwankungen auf dem Markt können gravierende finanzielle Verluste entstehen, wenn die Unternehmen zum falschen Zeitpunkt Rohstoffe einkaufen.

5.2. Strukturwandel durch gesellschaftliche Veränderungen

Ein zusätzlicher Grund des derzeitig stattfindenden Strukturwandels - hier in erster Linie in den konsumorientierten Segmenten - ist in einem veränderten Verbraucherverhalten zu sehen, dessen Grundlage in ge-

²⁹ Die Verpackung als Qualitätskriterium. In: Getränkeindustrie 10/2006. S. 52

³⁰ Quelle: Beschaffungsmanagement • Revue de l'acheteur 4/09

sellschaftlichen Veränderungsprozessen zu sehen ist. Vor allem der Trend zu mehr Ein-Personenhaushalten, höhere Scheidungsraten oder Ehen mit weniger Familienmitgliedern, steigendes Umweltbewusstsein und die demographische Entwicklung bedingten und bedingen auch derzeit insbesondere bei den konsumorientierten Verpackungen neue und verbesserte Verpackungsarten und Funktionen sowie eine Steigerung der Produktion. Die - insbesondere aus der Zunahme von Ein-Personen Haushalten - erwarteten Konsequenzen, nämlich das starke Wachstum von Verpackungseinheiten, wurde von allen Branchenexperten jedoch nicht bestätigt. Hier liegt die Vermutung nahe, dass durch eine schleichende Verschiebung der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ein bemerkbarer, plötzlich eintretender Schnitt hinsichtlich neuer Nachfragecharakteristika der Endverbraucher und damit einhergehender Produktionssteigerungen nicht eingetreten ist.

5.3. Innovationsanstrengungen der Branche

Die Verpackungsindustrie ist in fast allen Segmenten eine hochtechnisierte Branche, deren Innovationsfähigkeit durch Kundenanforderungen permanent gefordert wird. Dies beinhaltet auch eine erhöhte Technisierung und Automatisierung der Prozessabläufe innerhalb der Unternehmen. Die gestiegenen Kundenanforderungen an Qualität, Quantität und Preis schlugen sich in der Branche in Form von mehr und größeren Investitionen, schnellerer Anpassungsaktivitäten gegenüber dem Kunden und seinen Bedarfen, schnellerer Produktion und höheren Qualifikationsanforderungen an die Belegschaften und ihre Fach- und Führungskräfte nieder. So wurde z.B. bei ProduktionsmitarbeiterInnen mit einer geänderten Praxis bei Neueinstellungen von MitarbeiterInnen reagiert, die nun in den meisten Fällen als Einstellungsvoraussetzung eine abgeschlossene Berufsausbildung vorweisen müssen.

Hinsichtlich der Qualifikationsanforderungen an Fach- und Führungskräfte befindet sich die Branche nach Aussage einiger Branchenexperten derzeit jedoch in einer kritischen Phase. Gemeint ist hier die Einstellung fachfremder Führungskräfte aus anderen Wirtschaftsbereichen, die ihre Erfahrungen und Kenntnisse von Produktion, Schichtsystemen und Aufbau- und Ablauforganisation etc. eins zu eins auf die „Spezialbranche“ Verpackung übertragen, wobei die spezifischen Kenntnisse über die Branche fehlen und aus diesem Grund in einigen Fällen in den Unternehmen gravierende Managementfehler zu beobachten sind, die letztendlich auch eine Gefährdung bestehender Arbeitsplätze beinhalten.

Die schon heute zu beobachtenden Produkt- und Prozessinnovationen in der Verpackungsindustrie werden in Zukunft - dies sowohl als Ergebnis der erfolgten Literaturrecherchen als auch nach Aussagen der interviewten Branchenexperten - immer wichtiger werden. Hier werden die Innovationsanstrengungen in erster Linie im Rahmen der Verbesserung von Prozessabläufen innerhalb des Produktionsprozesses sowie in einer effizienteren Ressourcennutzung verordnet. Zusätzlich bestehen nach Aussage eines Branchenexperten große Herausforderungen hinsichtlich der Emissions-Reduzierung und der Notwendigkeit der industriellen Verfügbarkeit gering CO₂ belasteter Energie.

Darüber hinaus wird versucht, im Rahmen von Produktinnovationen einerseits Kunden zu halten, andererseits durch innovative und verbesserte Verpackungen neue Kundengruppen aufzufinden und zu binden. In diesem Sinne verändert die Verpackung immer mehr ihren Charakter von einer reinen Schutzfunktion hin zu einem Multifunktionsträger von Information, Marketinggesichtspunkten, gutem Design und an den Kundenwünschen angepasste handhabbarer Funktionalität. Dies betrifft in erster Linie die konsumenten- und endverbrauchernahen Verpackungen.

Insgesamt hängt die gesamte Zukunftsfähigkeit der Verpackungsbranche von ihrer Innovationsfähigkeit ab. Der Innovationsbegriff wird an dieser Stelle von der Branche nicht nur als etwas Neues im Rahmen von Produkt- und Prozessinnovation betrachtet, sondern in einem weiter gefassten Ansatz werden darüber hinaus Anstrengungen zu wertschöpfenden Problemlösungen unternommen, die dem Gesamtunternehmen dienen sollen. Dazu gehören z.B. für das Unternehmen neuartige Prozesstechnologien, aber auch völlig neue Geschäftsmodelle, Dienstleistungen und Wertschöpfungsprozesse.

5.3.1. Papier

Für den Bereich „Papier“ ist nach Auskunft eines Branchenexperten der Bereich „Innovationen“ unterrepräsentiert bzw. ausgereizt. Grund hierfür ist die sehr große Homogenität von Pappe- und Papierverpackungen, die Neuerungen nicht offensiv erfordert. Demgegenüber sieht ein anderer Branchenexperte Chancen in der Entwicklung neuer Produkte im Bereich der Nahrungsmittelverpackungen. Hier muss der Markt entscheiden, inwieweit diese Innovationsanstrengungen zu einer verbesserten Marktteilnahme beitragen. Weitere Innovationselemente der Branche werden zusätzlich durch die Zuliefererindustrie - z.B. in der Entwicklung neuer Maschinen - geliefert.

5.3.2. Kunststoff

Die branchentypischen Herausforderungen liegen in der schnellen Reaktion auf Trends/Kundenwünsche und einem verbesserten Innovationsverhalten. Die Branche ist derzeit in erster Linie kundenorientiert, d.h. es wird eine reaktive Produktpolitik verfolgt (Kundenwunsch, dann Entwicklung). Hier muss die Branche mit Hilfe verbesserter Prozessorganisation schneller reagieren können. Darüber hinaus sind Anstrengungen vorhanden, auch außerhalb der derzeitigen Kundenwünsche (spezifische Anforderungen an Verpackungsmaterial für neue Produkte, z.B. immer dünnere Folien) Produktentwicklung für Zukunftsmärkte zu forcieren (z.B. Folien für Sonnenkollektoren, neue Folien für die Pharmaindustrie).

Weitere Herausforderungen liegen in technischen Innovationen, deren Vorantreiben von dem Branchenexperten als „lebenswichtig“ für die Branche beschrieben werden. Trotzdem wird nicht - zumindest in dem besuchten Unternehmen - überproportional in Forschung und Entwicklung (F+E) investiert. Wichtige Innovationsfelder der Branche sind Nanotechnologie (zur Verbesserung der Barriereigenschaften gegen Gas, Aromen und Wasserdampf sowie ein verbesserter UV-Schutz), Biokunststoffe, die biologisch abbaubar sind und der Einsatz von nach-

wachsenden Rohstoffen (Stärke und Zellulose aus Pflanzen, z.B. für Biofolien, kompostierbare Müllbeutel) in der Produktion.

5.3.3. Metall

Auch im Bereich Metall spielt das Thema Energieeffizienz hinsichtlich der anzugehenden Innovationsbestrebungen eine große Rolle. Weitere Themen sind die Reduzierung der Werkstoffe wie Stahl, Aluminium und Druckfarben bei der Produktion. Diese Bereiche sind zwar heute schon in der Umsetzungsphase, müssen aber in Zukunft noch stärker in den Bearbeitungsfokus genommen werden. Die Relevanz dieser Aufgabenstellung wird u.a. von einem besuchten Unternehmen bestätigt, das in einer eigenen Innovations- / Forschungsabteilung mit ca. 150 Ingenieuren neue Verfahren der Herstellung, neue Gestaltungsmöglichkeiten des Produkts „Getränkedose“ sowie Prozessinnovationen bei der Herstellung des Produkts erforscht und anwendungsorientiert operativ testet.

Zusätzlich gerät das Design von Metallverpackungen gerade im konsumorientierten Bereich der Endverbraucher in den Fokus von Innovationsbestrebungen. Die neuen Anforderungen der Kunden an Design bei gleichzeitiger langer Haltbarkeit und größtmöglicher Schutzfunktion kommen den Möglichkeiten, die das Material „Metall“ bietet, entgegen. Hier können sich bei weiteren Innovationsanstrengungen große Chancen für die Branche ergeben.

5.3.4. Glas

Im Bereich Glas wird in erster Linie auf Produktinnovationen gesetzt. Dies geschieht vor allem hinsichtlich einer weiteren Entwicklung von leichterem, dünnwandigerem Glas. Ziel ist es hier, dünneres Glas mit den gleichen Eigenschaften der heutigen Glasstärke zu erzielen; insbesondere soll die gleiche Druckaufnahmefähigkeit - bei Champagner bis zu 20 bar - erreicht werden. Darüber hinaus benötigen Leichtglasflaschen in der Produktion weniger Energie und Rohstoffe, sind günstiger zu transportieren und haben eine höhere Akzeptanz bei den Kunden. Nach Auskunft eines Gesprächspartners hat die Glasbranche eine Perspektive in höheren Preissegmenten und könnte ein Potenzial von etwa 10 Mio. Kunden erschließen, die beispielweise Säfte lieber in Glasflaschen kaufen würden. An dieser Stelle wurde auch auf die Notwendigkeit einer verstärkten Marketingoffensive in Richtung Endverbraucher hingewiesen.

Zusätzliche und verbesserte Marktchancen für Behälterglas versprechen sich Branchenexperten durch neue Designs, Farben und Formen, die alte Kundengruppen wieder aktivieren und neue Kundengruppen gewinnen könnten.

5.3.5. Holz

Ein Problem der Holzverpackungshersteller ist die fehlende Industrieforschung. Bislang existieren keine größeren Forschungs- und Entwicklungszentren, in denen die notwendigen Ziel- und Forschungsrichtungen festgelegt werden könnten. Dabei ist die Positionierung von Holz im Verpackungsmarkt im Kontext der Wettbewerbsstoffe ein wichtiger Aspekt. Hierbei spielt die Größe und Struktur der Hersteller eine gewichtige

Rolle, da die Betriebsgrößen in der Regel zu klein sind, um eigene Forschungs- und Entwicklungsarbeit zu betreiben. In der Zukunft werden Kooperationen mit anderen Unternehmen, wissenschaftlichen Einrichtungen, Universitäten und Hochschulen intensiviert werden müssen, denn erst hierdurch können die Voraussetzungen für eine innovative Produktentwicklung geschaffen werden.

5.4. Ökologische Wandlungsprozesse und Umweltaspekte

Die meisten haltbaren Lebensmittel werden entweder in Dosen, Glas, Getränkekartons oder Standbeutel abgefüllt. Da der Verbraucher jedoch zunehmend auch unter ökologischen Aspekten seine Produkte einkauft, wurde beim Heidelberger Institut für Energie- und Umweltforschung (ifeu) erstmals eine europaweite Studie durchgeführt, in welcher die Ökobilanz der verschiedenen Verpackungsarten untersucht worden ist.

Das zentrale Ergebnis der Studie lautet: Der entscheidende Faktor für die Bewertung der Umweltbelastungen durch Verpackungssysteme für Nahrungsmittel mit langer Haltbarkeit ist das Material, aus denen sie hergestellt werden, und deren Gesamtgewicht. Je höher der Anteil aus nachwachsenden Rohstoffen ist und je weniger sie wiegen, desto mehr Pluspunkte sammelt eine Verpackung für ihre Umweltbilanz.³¹

Als mit Abstand umweltfreundlichste Verpackung landete die Getränkekartonverpackung auf dem ersten Platz der Analyse. Die Forscher kamen zu dem Ergebnis, dass das Kartonsystem die Umwelt hinsichtlich des Einsatzes nicht erneuerbarer Rohstoffe wie Erdöl und Metallen sowie beim Ausstoß von Kohlendioxid (CO₂) um bis zu 60 Prozent weniger als andere Verpackungsarten belastet. Die Studie untersuchte alle umweltrelevanten Faktoren der Verpackungen über deren gesamten Lebensweg hinweg: Dieser beginnt bei der Gewinnung der Rohstoffe und reicht über die Verarbeitung, Herstellung, den eigentlichen Verpackungsprozess, den Transport zum Handel bis hin zum Recycling bzw. der Entsorgung nach Gebrauch.

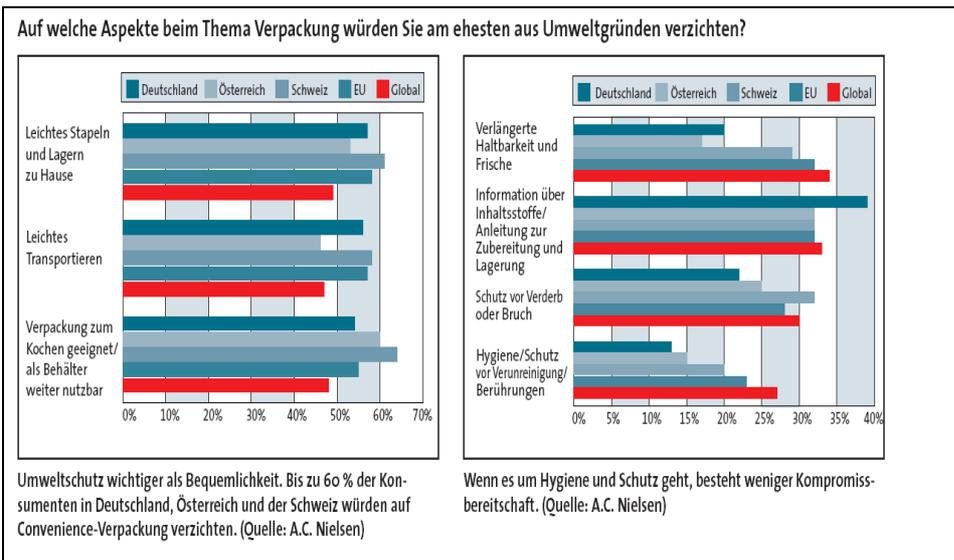
Es ist davon auszugehen, dass die Hersteller zukünftig den Nachhaltigkeits- und Ökologiedenken gezielt für die Vermarktung ihrer Verpackungen einsetzen werden, um ihr Image zu verbessern. Mit Nachhaltigkeit ist ein Handeln gemeint, welches bereits heute Verantwortung für die Zukunft übernimmt.³²

Die nachfolgende Abbildung 27 zeigt die Auswertung einer Kundenumfrage, in welcher gefragt worden ist, auf welche Vorteile einer Verpackung die Kunden am ehesten bereit wären zu verzichten, wenn sie dadurch einen Beitrag zum Umweltschutz leisten könnten. Rund 60 Prozent der befragten Personen würden auf eine gute Lage- oder Transportfunktion der Verpackung aus ökologischen Gründen verzichten. Dies gilt ebenfalls für die Convenience - Produkte. Bezüglich von Haltbarkeit, Schutz und hygienischen Gesichtspunkten sind die Verbraucher jedoch weitaus weniger bereit, auf diese Bedürfnisse aus ökologischen Gründen zu verzichten.

³¹ Neue Verpackung 2006

³² Berndt&Partner 2009

Abbildung 27: Verbraucherumfrage zu Umwelt und Verpackungen



Quelle: A. C. Nielsen

6. Mitbestimmung in der Branche

Die für diese Analyse durchgeführten Experteninterviews fanden ausschließlich in Betrieben mit bis zu 1.000 MitarbeiterInnen statt. Alle betrieblichen Branchenexperten haben die industriellen Beziehungen zu meist als traditionell gut, konsens-, diskussions- und lösungsorientiert beschrieben, wobei durchaus aber auch Konfliktbereitschaft seitens der Betriebsräte besteht, so dass die notwendige Schutzfunktion für die Belegschaften gegenüber dem Management wahrgenommen wird.

Dies ist umso wichtiger, als dass in Betrieben, die Teil von globalen Konzernen sind, die Gefahr einer allmählichen Verschiebung zu anglo-amerikanischen Managementstilen eintreten kann. Mit dem Vordringen einer beruflich so sozialisierten jüngeren Führungsschicht steigt die Wahrscheinlichkeit von Konflikten zwischen den Sozialpartnern. Weitere Indizien einer anglo-amerikanischen Unternehmenskultur sind beispielsweise die oftmals mangelnde Bindung an tarifrechtliche Rahmenbedingungen durch die Unterwanderung von Flächentarifverträgen sowie die Tendenz zu Lohndumping - dies besonders in Ostdeutschland und an Standorten mit „schwachen“ Betriebsräten.

Im Rahmen der geführten Einzelinterviews schwankt der gewerkschaftliche Organisationsgrad nach Einschätzung der Gesprächspartner zwischen den unterschiedlichen Branchen und Betrieben deutlich. Aus der papierverarbeitenden Branche wurde berichtet, dass der durchschnittliche Organisationsgrad innerhalb der Branche bei rund 50 Prozent liegen würde, bezogen auf die gewerblichen Beschäftigten sogar bei 70 Prozent. Die Vertreter der Kunststoffindustrie gaben an, dass sie ihren gewerkschaftlichen Organisationsgrad innerhalb der Branche zwischen 75 Prozent und 85 Prozent schätzen. Im Bereich Metall konnte keine Abschätzung durch den Gesprächspartner geleistet werden; der Organisationsgrad im besuchten Unternehmen liegt bei ca. 50 Prozent.

Als durchaus ambivalent wurden die industriellen Beziehungen innerhalb der Glasbranche beschrieben. Tendenziell scheinen sich hier die industriellen Beziehungen in einem größeren Umfang zu verschlechtern. Auch hier wird Tariffucht aus den Flächentarifverträgen praktiziert und die Managementstile werden zunehmend internationaler. Der gewerkschaftliche Organisationsgrad wird branchenintern zwischen 45 Prozent und 95 Prozent angegeben. Allerdings ist der niedrigere Organisationsgrad für einen deutschen Verwaltungsstandort eines globalen Konzerns benannt worden, so dass dieser nicht repräsentativ erscheint.

In allen besuchten Unternehmen spielt das Thema Leiharbeit und prekäre Beschäftigungsverhältnisse nach Aussagen der Gesprächspartner nur eine untergeordnete Rolle. Alle normal anfallenden Aufträge werden von den Stammebelegschaften abgearbeitet. Nur bei tatsächlich auftretenden Auftragsspitzen, die nicht unternehmensintern abzuarbeiten sind, wird zeitlich begrenzt auf Leiharbeit zurückgegriffen.

Obwohl die industriellen Beziehungen in der Branche von den Interviewpartnern als positiv beschrieben worden sind, lässt sich daraus keine allgemein gültige Aussage für die gesamte Branche treffen. Im Gegenteil wurde hier sowohl von den interviewten Gesprächspartnern als auch von den Teilnehmern der Branchenkonferenz „Verpackungsindustrie“

festgestellt, dass gerade auch durch die Auswirkungen der Krise, z.B. durch Kostensenkungsprogramme, die sich oftmals nur in Entlassungen manifestieren, Konflikte zwischen Geschäftsführung und Betriebsrat zunehmen, deren Lösung starke Betriebsräte und solidarische Belegschaften erfordern. Dies ist umso wichtiger, als dass seitens der betrieblichen Interviewpartner sowie der für den Großteil der Branche zuständigen Gewerkschaften IG Metall und IG BCE die Gefahr gesehen wird, dass unter Berufung auf die Krise als Vorwand Restrukturierungsmaßnahmen wie allgemeine Kostensenkungsprogramme, Entlassungen, Arbeitszeitverlängerungen, gegenseitiges Ausspielen von Einzelstandorten, Verdichtung der Arbeit, längere Maschinenlaufzeiten, etc. durchgeführt werden.

6.1. Die Situation der Beschäftigten

Die Situation der Beschäftigten in der Verpackungsindustrie ist derzeit krisengeleitet. Trotz der in fast allen Segmenten der Verpackungsindustrie - anders als in anderen Branchen - nicht so stark spürbaren Auswirkungen der Wirtschafts- und Konjunkturkrise, ist die Lage hinsichtlich der Sicherung der vorhandenen Arbeitsplätze als kritisch zu betrachten. Insbesondere das Wegbrechen vorhandener Märkte sowohl bundesweit als auch im europäischen und globalen Kontext setzt der Branche und den Beschäftigten zu. Der Absatzrückgang bei gleichbleibenden Produktionsmöglichkeiten der Branche generiert darüber hinaus das Problem der Überkapazitäten in den Teilsegmenten der Branche.

Auch aufgrund dieser Rahmenbedingungen herrschen Wettbewerbsdruck, erhöhte Technisierung und Automatisierung, allgemeiner Kostendruck, Verdichtung der Arbeitsabläufe und damit einhergehend die Angst vor dem Verlust des Arbeitsplatzes durch unternehmerische Entscheidungen in den Betrieben der Verpackungsindustrie vor. Insbesondere von Vertretern der Behälterglasindustrie, der Holzverpackungen und des Metallsegments wurde diese Einschätzung postuliert.

6.2. Anforderungen an die Beschäftigten

Zukünftig kommen auf die Belegschaften in erster Linie neue Qualifikationsanforderungen zu, um die Zukunftsfähigkeit des eigenen Arbeitsplatzes zu sichern. Hier sind die Betriebsräte gefordert, sich an der Entwicklung von Personalentwicklungskonzepten zu beteiligen und die Anforderungen an Qualifizierung und Personalentwicklung pro-aktiv mit festzulegen.

Als Reaktion auf die gestiegenen Anforderungen an die MitarbeiterInnen der Verpackungsindustrie haben sich in den vergangenen Jahren spezialisierte Ausbildungsberufe und Studiengänge entwickelt, die auf den neuen Bedarf der Verpackungsindustrie ausgerichtet sind.

Ein auf die Bedürfnisse der Branche ausgerichteter Berufszweig ist z.B. der Verpackungsmittelmechaniker³³. Die positive Entwicklung der Aus-

³³ Industrieverband Papier- und Folienverpackung e.V. o.J.; Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. o.J.b

bildungszahlen zeigt seit Mitte der 1990er Jahre ein wachsendes Interesse an diesem Beruf.

Die Nachfrage nach Verpackungsspezialisten scheint weiter anzuwachsen - vor allem in der Konsumgüterbranche. Mehr als 1.000 Fachingenieure arbeiten derzeit in Deutschland in der Verpackungsindustrie. Um diesen Bedarf weiter zu decken, bieten einige Hochschulen inzwischen auf die Verpackungsindustrie spezialisierte Studiengänge an. Zu nennen sind hier u. a.:

die Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart, die den Studiengang Verpackungstechnik als ingenieurwissenschaftliches Studium mit dem Abschluss „Bachelor of Engineering“ anbietet;

die Hochschule München mit dem Studiengang „Bachelor of Engineering“ in „Verfahrenstechnik Papier und Verpackung der Studienrichtung Verpackung, Kunststoff und Gestaltung“.

Ähnliche Studiengänge finden sich in Berlin (Bachelor- und Masterstudiengang Verpackungstechnik -Packaging Technology-) und in Leipzig (Bachelor für Verpackungstechnik). Ein weiterer Studiengang, der speziell auf die Bedürfnisse der Papierverpackungsbranche abgestimmt ist, wird seit 2008 an der Berufsakademie Karlsruhe angeboten. Das Bachelor-Studium Papiertechnik in der Vertiefung Verpackung ist eine duale dreijährige Ausbildung, die in Kooperation mit Unternehmen der Branche durchgeführt wird, um auf den Nachwuchskrätemangel zu reagieren.

6.3. Handlungsfelder der gewerkschaftlichen Gestaltungspolitik

Gerade durch die beschriebene Heterogenität ist es für die Verpackungsindustrie wichtig, einen branchenübergreifenden Dialog mit dem Ziel der Beschäftigungs- und Standortsicherung zu initiieren und nachhaltig zu verfestigen. Beispielhaft werden nachfolgend Handlungsfelder und erprobte Initiativen genannt, die - angepasst an die Rahmenbedingungen der Verpackungsindustrie - durchaus als Vorbild einer branchenübergreifenden gewerkschaftlichen Gestaltungspolitik dienen können.

Unter Einbeziehung pro aktiv handelnder Arbeitnehmervertreter sowie der Gewerkschaften haben in der jüngeren Vergangenheit sowohl **Branchendialoge** als auch **industriepolitische Initiativen** und **Netzwerke** entscheidend zu einer arbeitsorientierten Standort- und Beschäftigungsentwicklung beigetragen. Ausgangspunkte für diverse arbeits- und beteiligungsorientierte Ansätze waren Vorüberlegungen von Gewerkschaftsvertretern über Strategien zur Vermittlung des Nutzens industrieller Infrastruktur mit Blick auf Gemeinwohl und Wohlstand. Insbesondere die Industriegewerkschaften fungieren bei der Mitgestaltung genannter Themenbereiche im Rahmen von Brancheninitiativen schon heute als pro-aktiv handelnde Partner. Dazu hatten gewerkschaftliche Akteure bereits in den Jahren 1997 und 1998 sogenannte „Branchen- und Regionaldialoge“³⁴ in Nordrhein-Westfalen initiiert, um im Hinblick

³⁴ Die „Branchen- und Regionaldialoge“ fanden unter dem Titel „Metall im Dialog“ statt. Neben sechs Branchenkonferenzen in der Stahlindustrie, im Maschinenbau, in der Au-

auf eine gemeinsame Branchenentwicklung benötigte Kontakte zu Unternehmensleitungen abseits von Tarifgesprächen herzustellen. Aus diesen Dialogreihen entstanden mit Unterstützung des Landes NRW sogenannte Initiativen, um Herausforderungen der Branchen in Bezug auf Märkte, Technologien, Beschäftigte und Qualifikationen zu erörtern.

Um Partizipationsmöglichkeiten zu wahren, gehen Gewerkschaften bereits seit einigen Jahren Handlungsansätzen nach, welche gezielt auf die Weiterentwicklung von Branchen mithilfe einer kooperativen Vernetzung aller für Innovationen relevanten Akteure gerichtet sind. Damit sind zum einen Unterstützungsleistungen im Rahmen von Branchendialogen, wie der Allianz „Pro Industrie und Nachhaltigkeit NRW“, gemeint, welche sich nicht auf die Förderung eines bestimmten Clusters oder Technologiebereiches fokussieren, sondern eher auf Imageverbesserungen (hier: die Revitalisierung des industriellen Grundkonsenses in NRW) zielen.

Zum anderen können Gewerkschaften bei der Einrichtung so genannter „**Brancheninitiativen**“, welche die Erschließung neuer Märkte, neue Formen der Arbeitsorganisation sowie das Entgegenwirken des Fachkräftemangels vorantreiben, als Impuls gebende Kräfte fungieren oder in Projekten zur Förderung potenzieller neuer Leitbranchen Meinungsführerschaften übernehmen.

Darüber hinaus engagieren sich Gewerkschaften in einzelnen **branchenorientierten Kooperationsprojekten** zur Standort- und Beschäftigungssicherung. Als Projektbeispiele sind industriepolitische Initiativen, wie „ChemSite“, ‚Multimedia im Maschinenbau‘ sowie die „Zukunftsinitiative Möbelindustrie“ (ZiMit) zu nennen. Seit den 1990er Jahren sind derartige Branchen- und Technologieinitiativen entstanden, in deren Umfeld Arbeitskreise eingerichtet werden, die wichtige strukturpolitische Foren für Arbeitnehmervertretungen darstellen können. Diese haben das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen der jeweiligen Branche zu stärken und stellen zu diesem Zwecke geeignete Kooperationsbeziehungen zwischen Akteuren aus unterschiedlichen Bereichen der Wirtschaft und Forschung her.

Gewerkschaften können, wie allen voran das Beispiel „Multimedia im Maschinenbau“ zeigt, Impulsgebende Kräfte zur Einrichtung von industriepolitischen Brancheninitiativen sein. Zentrale Aufgabe ist es dabei, den Transfer von Technologien in die Branchen zu fördern, ohne die strategischen Maßnahmen dabei ausschließlich auf eine technologische Unterstützung auszurichten. Vielmehr beinhalten Brancheninitiativen, die sich im Allgemeinen auf wenige Standorte beschränken, Themen, wie die Erschließung neuer Märkte, neue Formen der Arbeitsorganisation sowie das Entgegenwirken des Fachkräftemangels.

Die genannten Beispiele geben die Möglichkeiten wider, wie ein branchenübergreifender Austausch bzw. eine themenbezogene Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Segmenten der Verpackungsindustrie zukünftig organisiert werden kann. Als ein erster Schritt einer künftigen

tomobilindustrie und bei den Zulieferer, im Sanitär-, Heizungs-, Klima-Handwerk und in der Textilindustrie fanden sechs Regionalveranstaltungen am Niederrhein, im Ruhrgebiet, im Münsterland, in der Region Aachen-Düren-Stolberg, im Sauerland und in Ostwestfalen/Lippe statt (Ziegler 2002, S. 47).

Zusammenarbeit innerhalb der Verpackungsindustrie wird es jedoch notwendig sein, Betriebsräte aus Unternehmen der einzelnen Segmente der Verpackungsindustrie zusammen zu führen und so einen Austausch innerhalb und zwischen den Einzelsegmenten zu ermöglichen. Beispielfähig sei hier auf die turnusmäßig stattfindenden Fachtagungen der Schmiede- und Gießereindustrie, die von der IG Metall organisiert werden, hingewiesen.

6.3.1. Perspektiven einer arbeitnehmerorientierten Industriepolitik

Um gewerkschaftsinhärente Potenziale zur Ausgestaltung von Industriepolitik auch zukünftig nutzbar zu machen, bedarf es einer intensiveren Entwicklung von Strategien und Projekten zur Förderung von Branchen und Wirtschaftsstrukturen. Als Ausgangspunkt dafür kann die seit einigen Jahren praktizierte Clusterpolitik, die sich nicht länger an administrativen Regionszuschnitten, sondern verstärkt an Wirtschaftszusammenhängen orientiert, dienen.

Bezogen auf die Verpackungsindustrie - und aufgrund der Wertschöpfungsketten wird an dieser Stelle auch der Bereich der Verpackungsmaschinen mit einbezogen - erfordert dies, dass sich die innerhalb der Verpackungsindustrie handelnden Gewerkschaften zukünftig weniger in regionalen Gremien mit Akteuren aus Politik und Verwaltung vernetzen sollten, sondern bevorzugt in der sogenannten „Netzwerkökonomie“, d. h. in Branchen- und Wertschöpfungszusammenhängen, präsent sein müssen. Die Wahrnehmung neuer, clusterbezogener Mitgestaltungsoptionen innerhalb der Verpackungsindustrie, die sich über alle beteiligten Segmente spannen soll, erfordert zudem die Erweiterung von Kenntnissen über clusterorientierte Zusammenhänge. Diese sollte unter anderem durch die Intensivierung des regelmäßigen Informationsaustauschs zwischen Gewerkschaftsvertretern und zu identifizierenden „Cluster-Sprechern“ (oder „Cluster-Managern“) über Fragen der Clusterentwicklung in der Verpackungsindustrie erzielt werden. Die Intensivierung dieser Zusammenarbeit soll gewährleisten, dass Arbeitnehmerpotenziale im Rahmen einer an erkannten Clustern orientierten Industrie- und Innovationspolitik herausgestellt und verstärkt berücksichtigt werden. Zugleich wird auf diese Weise ein Informationstransfer in Bezug auf die Entwicklung von Wertschöpfungsketten und Wirtschaftszusammenhängen innerhalb der Verpackungsindustrie in Richtung der Arbeitnehmervertretungen sichergestellt. Voraussetzung hierfür ist jedoch auch und insbesondere die gewerkschaftliche Arbeit vor Ort durch die politischen Sekretäre der Gewerkschaften.

Der Informationsaustausch und die Artikulation arbeitnehmerorientierter Interessenlagen sowie die darauf aufbauenden industriepolitischen Themenstellungen sollten vorrangig durch die in der Verpackungsindustrie beteiligten Einzelgewerkschaften übernommen werden. Dies aus dem Grund, als dass die Einzelgewerkschaften mit ihren jeweiligen Fachabteilungen, die für die Verpackungsindustrie verantwortlich zeichnen, über detailliertes Know-how bezüglich regionaler Wirtschaftszusammenhänge und über direkte Kontakte zu Interessenvertretern auf betrieblicher Ebene verfügen. Entsprechend besteht ein erhöhter Bedarf an Vernetzung zwischen den Einzelgewerkschaften sowie am Aufbau von Kooperationsstrukturen mit dem Ziel eines funktionierenden Zu-

sammenspiels auf unterschiedlichen gewerkschaftlichen Handlungsebenen.

Grundlage für die intergewerkschaftliche Vernetzung zwischen Gewerkschaften verschiedener Branchen sollte somit die Organisation von Informationsabgleichen hinsichtlich industriepolitischer Themenstellungen sein. Diese könnten im Rahmen von branchenübergreifenden „Fachtagungen Verpackungsindustrie“ in Form eines kontinuierlichen Meinungsaustausches forciert werden. Einbezogen werden sollten hier darüber hinaus auch bestehende Betriebsrätenetzwerke, die Strukturpolitik durch die Generierung strukturwirksamer Projekte flankieren könnten.³⁵

6.3.2. Gewerkschaftliche Handlungsfelder auf europäischer Ebene

Durch die zunehmend global agierenden Konzerne der Verpackungsindustrie verschiebt sich die unternehmerische Entscheidungsebene auf eine internationale Sichtweise, so dass der betrieblichen Mitbestimmung deutscher Prägung oftmals die Grundlage entzogen wird. Belegschaften werden gegeneinander ausgespielt, Standorte im Zuge von Restrukturierungsmaßnahmen geschlossen und in das (außer-)europäische Ausland verlagert.

Die Einrichtung von Europäischen Betriebsräten (EBR) durch die EU-Richtlinie von 1996 diente in erster Linie der transnationalen Vernetzung von Arbeitnehmervertretern aus grenzübergreifend agierenden Konzernen, um diesen aus Arbeitnehmersicht negativen Tendenzen entgegenzuwirken. Jedoch stößt auch die Einrichtung der EBR an Grenzen.

Für heftige Kritik seitens der Gewerkschaften und Betriebsräte sorgte beispielsweise die Fusion der beiden Verpackungskonzerne Smurfit und Kappa im Jahr 2005. Wegen des befürchteten Arbeitsplatzabbaus plädierten sie im Rahmen einer Anhörung bei der Generaldirektion Wettbewerb der Europäischen Kommission für einen Fusionsstopp. Die Genehmigung erfolgte schließlich, weil im Zuge des Zusammenschlusses Werke in den Niederlanden, Dänemark, Schweden und Schottland verkauft wurden.

Ähnlich wie auf nationaler Ebene, sorgt die sektorale Vielfalt der Verpackungsindustrie für keine einheitliche gewerkschaftliche Arbeitnehmervertretung auf europäischer Ebene, obwohl der Organisationsgrad der Branche im nationalen Kontext verhältnismäßig hoch ist. Hier besteht somit noch dringender Handlungsbedarf. Auf europäischer Ebene müsste noch intensiver an gemeinsamen Informations- und Kommunikationsstrukturen gearbeitet werden, insbesondere vor dem Hintergrund, dass zahlreiche Arbeitgeber(dach-)verbände bereits über solche transnationalen Strukturen verfügen und somit ein repräsentatives Ungleichgewicht zu Gunsten der Arbeitgeber in Europa vorliegt.

³⁵ Einen Ansatz bietet das in Sachsen geförderte Projekt „Canaletto“, in dessen Rahmen betriebliche Akteure unterschiedlicher Branchen vernetzt sind (siehe Betriebs- und Personalratennetzwerk CANALETTO 2010).

7. Fazit

Die vorliegende Analyse hat gezeigt, dass die „Verpackungsindustrie“ eine Branche im Wandel ist, deren Zukunftsfähigkeit zwar gesichert ist, jedoch auch Trends zu erkennen sind, die weiteren Strukturwandel im negativen Sinn eines weiter um sich greifenden Arbeitsplatzabbaus befürchten lassen. Immer größere Innovationsanstrengungen sowohl bei Produkten als auch bei Prozessen, immer mehr Automation und Technisierung, Kostendruck und Überkapazitäten in einzelnen Segmenten gehören zum Alltag der Branche und bedingen für die beteiligten Gewerkschaften die Notwendigkeit, branchenspezifische Strategien der Beschäftigungssicherung zu entwickeln und anzuwenden.

Darüber hinaus ging die weltweite Wirtschafts- und Konjunkturkrise nicht spurlos an der Verpackungsindustrie vorbei. Zwar waren die Einbrüche moderater als in anderen Industriebereichen, jedoch müssten auch hier Auftragseinbrüche verkraftet werden, die die Frage der Beschäftigungs- und Standortsicherung auf die Agenda der gewerkschaftlichen und innerbetrieblichen Diskussionen setzte. In diesem Zusammenhang wird auch die Gefahr gesehen, dass oftmals weitere und tiefgreifende Umstrukturierungsmaßnahmen unter dem Vorwand der Auswirkungen der Krise in den Unternehmen der Verpackungsindustrie geplant sind.

Ferner ist die Branche mit ihrer Heterogenität schwer als eine Gesamtheit gewerkschaftlich einzuordnen - hier sind in erster Linie die IG Metall, die IG BCE aber auch ver.di (für bestimmte Druckbereiche) als Ansprechpartner gefordert. In diesem Sinne muss also eine gewerkschaftsübergreifende Branchenarbeit geleistet werden.

Die geschilderte Heterogenität behindert den Austausch von Erfahrungen, Problemen, Strategien und Handlungsweisen zwischen den ArbeitnehmervertreterInnen der verschiedenen Teilssegmente der Branche, so dass gemeinsame Strategien und gemeinsamer Erfahrungsaustausch in großen Maßen nicht stattfinden. Schließlich trägt die gegenwärtige Krisensituation dazu bei, dass Betriebe und die betrieblichen InteressenvertreterInnen in erster Linie die eigene betriebliche Situation thematisieren und erst in zweiter Linie eine branchenimmanente Diskussion führen wollen/können.

Mit ca. 115.000 Beschäftigten (Stand Ende 2009) nimmt die Branche eine wichtige beschäftigungspolitische Stellung im deutschen Wirtschaftssystem ein. Dies und die aktuellen Fragestellungen der Branche wie:

- Einkommenssicherung
- Arbeitsplatzsicherung
- Kostendruck und Überkapazitäten
- Zukunftskonzepte durch besser-Strategien
- Ausbildung und Qualifizierung
- Erhalt betrieblicher Strukturen und Wertschöpfungsketten

lassen es notwendig erscheinen, eine noch intensivere Branchenarbeit der beteiligten Gewerkschaften zu entwickeln. Dies wurde von den Gewerkschaften erkannt und im Rahmen der am 02. und 03. Februar 2010

im IG Metall Bildungszentrum Sprockhövel stattgefundenen Branchentagung „Verpackungsindustrie“ gemeinsam von der IG Metall und der IG BCE als erster Schritt zu einer verstärkten Branchenarbeit umgesetzt.

Als Vorbild für eine weitere Verstärkung des Informationsaustauschs und das Erkennen möglicher industriepolitischer Themenstellungen können die regelmäßig stattfindenden Branchen-Fachtagungen der IG Metall und der IG BCE dienen (z.B. die Fachtagungen der Gießerei- und Schmiedeindustrie der IG Metall), deren Inhalte auf die jeweils spezifischen Rahmenbedingungen der angesprochenen Branchen justiert sind und somit zielorientierte Themenstellungen und -bearbeitungen ermöglichen.

Zusätzlich ist es notwendig, der Verknüpfung zwischen Verpackungsmaschinenherstellern und Verpackungsproduzenten Rechnung zu tragen und den Bereich „Verpackungsmaschinen“ mit in die Kommunikationsplattform innerhalb der Branchenarbeit einzubeziehen.

Darüber hinaus sollten gewerkschaftliche Initiativen begründet und bestärkt werden, die die industriepolitische Diskussion in der Verpackungsindustrie stärker in den Vordergrund treten lassen und reale Handlungsmöglichkeiten ermöglichen.

Da die Handlungsfelder und Instrumente einer gewerkschaftlichen Gestaltungspolitik eng mit den personellen Ressourcen der jeweiligen Gewerkschaften vor Ort zusammenhängen, ist und bleibt die gewerkschaftliche Betriebsbetreuung ein wichtiger Faktor, um weiterhin mitbestimmungsorientierte Arbeit in den Betrieben leisten zu können. Hier sind die Einzelgewerkschaften gefordert, die dafür notwendigen Ressourcen sicher zu stellen.

Literaturverzeichnis

BUNDESMINISTERIUM für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hg.) 2006: Ökologische Industriepolitik. Memorandum für einen „New Deal“ von Wirtschaft, Umwelt und Beschäftigung, Berlin

Bundesverband Holzpackmittel, Paletten, Exportverpackung e.V. (Hg.) 2009: Wirtschaftsmeldung des HPE vom 4.12.2009. Holzpackmittelindustrie: Ende der Krise in Sicht? abrufbar unter: http://www.hpe.de/pnewsupload/2009_Wirtschaftsmeldung_491.pdf [01.03.2010]

Ceresana Research (Hg.) 2009: Pressemeldung: Neue Studie von Ceresana Research: Biokunststoffe florieren abrufbar unter: http://www.businessportal24.com/de/Neue_Studie_Ceresana_Research_Biokunststoffe_371561.html [01.03.2010]

Dresdner Bank AG (Hg.) 2004: Branchen-Report. Herstellung von Wellpapier und -pappe sowie von Verpackungsmitteln aus Papier, Karton und Pappe (21.21). Papier und Pappe können ihren Marktanteil im Verpackungsmarkt leicht steigern. Frankfurt am Main.

Giebel, Matthias 2009: Die neue grüne Welle rollt. In: Neue Verpackung 1.2009: 14 – 16 abrufbar unter: http://www.berndtundpartner.de/consultants/deutsch/dateien/die_gruene_a_welle_rollt_01-2009.pdf [01.03.2010]

Henkes, Walter 2006: Umsätze der Recycling-Branche weiter gestiegen. In: Recycling magazin 05/2006: 12

IG Metall 2009: Wirtschaftsweise und Industriepolitik. Nichts dazugelernt. In: Wirtschaft aktuell. Aktuelle wirtschaftspolitische Analyse der IG Metall, 22/2009, S. 1-2

IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e.V. (Hg.) 2009: Pressemitteilung vom 03.12.2009. Aufschwung in Sicht. abrufbar unter: http://www.kunststoffverpackungen.de/08_pressemitteilung/news/091203_news.html [01.03.2010]

Packaging Excellence Center (PEC) (Hg.) 2009: Pressemitteilung zum Vorstandstreffen PEC und PV vom 05.03.2009. Zusammenarbeit der Verpackungscluster. Waiblingen/Schwäbisch Hall. abrufbar unter: <http://www.packaging-excellence.de/index.php/aktuelles/52-aktuell/158-zusammenarbeit-der-verpackungscluster.html> [01.03.2010]

Präsentation von Markus Giebel: Sustainability und Verpackung. Berndt&Partner Packaging Consultants, Berlin. 30.09.2009.

Präsentation von Maurice Pasquier: Die weltweite Verpackungsindustrie im Überblick. Schweizerisches Verpackungsinstitut SVI. o.O. 11.06.2007 abrufbar unter: <http://www.svi-verpackung.ch/de/Services/2&Medien/media/070611Pasquier.pdf> [01.03.2010]

Präsentation von Wolfgang Durrer: Verpackungsindustrie in der Schweiz Branchendaten 2008. Schweizerisches Verpackungsinstitut SVI. o.O. 16.06.2008 abrufbar unter: <http://www.svi-verpackung.ch/de/Services/2&Medien/media/Durrer%20MK%20vom%2016.6.pdf> [01.03.2010]

Statistisches Bundesamt (Hg.) 2010: Monatsbericht im Verarbeitenden Gewerbe. Zeitreihen aus 42111BJ104. Stand: 15.01.2010 / 14:59:44. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hg.) 2010: Monatsbericht im Verarbeitenden Gewerbe. Zeitreihen aus 42111BM004. Stand: 15.01.2010 / 15:05:57. Wiesbaden.

Verband Metallverpackungen e.V. (Hg.) 2008: Pressemitteilung vom 14.04.2008. Metallverpackungen profitieren von der positiven Entwicklung des Verpackungsmarktes. ^abrufbar unter: http://www.presseportal.de/pm/54970/1_171341/verband_metallverpackungen_e_v

Ziegler, Astrid 2002: Technologie- und Innovationspolitik in Nordrhein-Westfalen. WSI-Diskussionspapier, Nr. 104. Düsseldorf

(weitere) Internetquellen:

Bodensee Standort Marketing GmbH (Hg.) 2008: Verpackungstechnologie im Bodensee-land. http://www.bodenseestandortmarketing.com/29580/Standort/Cluster/Verpackungstechnologie/bsm_index.aspx [01.03.2010]

Bundesagentur für Arbeit (Hg.) o.J.: Berufsinformation. Verfahrensmechaniker/in - Kunststoff- und Kautschuktechnik. <http://infobub.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=13801> [01.03.2010]

Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hg.) 2009: Kurzin-fo Verpackungen und Getränke. <http://www.bmu.de/abfallwirtschaft/fb/verpackungen/doc/3216.php> [01.03.2010]

Bundesverband Glasindustrie e.V. / Fachgruppe Behälterglasindustrie (Hg.) 2010: Konjunktur- und Branchen-Zahlen 2008. <http://www.glasaktuell.de/zahlen-fakten/konjunktur-und-branchen-zahlen/> [01.03.2010]

Bundesverband Holzpackmittel, Paletten, Exportverpackung e.V. (Hg.) 2009.: Branchenumsatz. <http://www.hpe.de/umsatz.htm> [01.03.2010]

Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) (Hg.) o.J.: Verpackungsindustrie mit Liquiditätsproblemen. <http://www.bme.de/Verpackungsindustrie-mit-Liquiditaetsproblemen.47348.0.html> [01.03.2010]

Bundesverband Sekundärstoffe und Entsorgung e.V. (Hg.) 2009: VDP: Papierindustrie wird sich dem Strukturwandel stellen müssen. Nach Preisverfall in 2009 sind nun auf breiter Front höhere Preise zu erwarten. <http://www.bvse.de/index.php?bvseID=844eb52885ecdb2d887c8bb64a132bf4&cid=2&pid=3424> [01.03.2010]

Deutsches Verpackungsinstitut e.V. (dvi) (Hg.) o.J.: Weiterbildung. <http://www.verpackung.org/weiterbildung.html> [01.03.2010]

Deutsches Verpackungsinstitut e.V. (dvi) (Hg.) o.J.: Ausbildung. Verpackungsausbildung, Verpackungswissenschaft und Institutionen. <http://www.verpackung.org/ausbildung.html> [01.03.2010]

ECONOMY.ONE GmbH (Hg.) 2005: Verpackungsindustrie profitiert vom Export. <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/verpackungsindustrie-profitiert-vom-export;887366> [01.03.2010]

- Fachverband Faltschachtel-Industrie e.V.** (Hg.) o.J.: Ausbildung.
http://www.verpackungsmittelmechaniker.de/index.php?level=2&CatID=2.9&inhalt_id=9
[01.03.2010]
- Fraese, Beatrix** 2009: Branche im Blick: Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen. In VDMA (Hg.) Wirtschaft.
http://www.vdma.org/wps/portal/Home/de/Branchen/N/NUV/Wirtschaft_und_Recht/NuV_A_20090522_Gi_Branche_NuV_2009_d?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/vdma/Home/de/Branchen/N/NUV/Wirtschaft_und_Recht/NuV_A_20090522_Gi_Branche_NuV_2009_d [01.03.2010]
- Fritsche, Vera** 2009: Rückgang der Verpackungsmaschinenexporte um 26 Prozent.
http://www.vdma.org/wps/portal/Home/de/Branchen/N/NUV/Wirtschaft_und_Recht/NuV_A_20091215_Kes_VPM_Export_d?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/vdma/Home/de/Branchen/N/NUV/Wirtschaft_und_Recht/NuV_A_20091215_Kes_VPM_Export_d [01.03.2010]
- FÖRDERGESELLSCHAFT METALLVERPACKUNGEN MBH (FGM)** (Hg.) o.J.: Der Verband Metallverpackungen e. V. (VMV).
http://www.metallverpackungen.de/html_de/vmv.php [01.03.2010]
- Gabler Verlag/GWV Fachverlage GmbH** (Hg.) o.J.: Verpackungsarten.
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/verpackungsarten.html> [01.03.2010]
- Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.** (Hg.) 2010a: Fachbegriffe aus dem Bereich der Verpackung. <http://www.tis-gdv.de/tis/verpack/begriffe/begriffe.htm#begriff1> [01.03.2010]
- Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.** (Hg.) 2010b: Funktionen der Verpackung. <http://www.tis-gdv.de/tis/verpack/funktion/funktion.htm> [01.03.2010]
- Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e. V.** (Hg.) o.J.: Willkommen auf der Homepage des GKV <http://www.gkv.de/> [01.03.2010]
- Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV) e.V.** o.J.: Wirtschaftspolitische Schwerpunkte http://www.hpv-ev.org/html/wirtschaftspolitischesc_46.shtml?Referer=/startseite_17.shtml [01.03.2010]
- Hochschule der Medien Stuttgart** (Hg.) 2010: Studiengang Packaging, Design & Marketing, Master. <http://packagingdesign.hdm-stuttgart.de/> [01.03.2010]
- IPV Industrieverband Papier- und Folienverpackung e.V.** (Hg.) o.J.: Berufe. Verpackungsmittelmechaniker - High-Tech Beruf mit Zukunft. <http://www.ipv-verpackung.de/service.html> [01.03.2010]
- Network Press Germany GmbH** (Hg.) 2007: Verpackungsbranche wächst.
<http://www.allaboutsourcing.de/de/tag/verpackungsindustrie/> [01.03.2010]
- Neue Verpackung** (Hg.) 2006: Neue Ökobilanz vergleicht die Verpackungsarten Dose, Glas, Karton und Standbeutel: Material und Gewicht entscheiden über Umweltverträglichkeit.
http://www.neue-verpackung.de/news/2/554_b0_5166e1.html [01.03.2010]
- TIS:** Fachinformationen der deutschen Transportversicherer. Funktion der Verpackung.
<http://www.tis-gdv.de/tis/verpack/funktion/funktion.htm> [01.03.2010]

VMV Verband Metallverpackungen e. V. (Hg.) 2009: Konjunktur und Kostendruck belasten Metallverpackungsindustrie – Wirtschaftskrise in den Ergebnissen 2008 bereits spürbar.
http://www.metallverpackungen.de/html_de/presse_mitteilungen_detail.php?article=37
[01.03.2010]

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Umsatz und Beschäftigung der Verpackungsindustrie in Deutschland	15
Abbildung 2: Anteil der Segmente am Gesamtumsatz	16
Abbildung 3: Entwicklung des Verpackungsverbrauchs zwischen 1991 und 2008 in Kilotonnen	17
Abbildung 4: Umsatz Papierverpackungen	19
Abbildung 5: Beschäftigte Papierverpackungen	20
Abbildung 6: Gesamtübersicht Papierverpackungen: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)	20
Abbildung 7: Umsatz in Milliarden Euro - Kunststoffverpackungen	21
Abbildung 8: Beschäftigte Kunststoffverpackung	22
Abbildung 9: Gesamtübersicht Kunststoffverpackungen: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)	23
Abbildung 10: Umsatz Metallverpackungen	24
Abbildung 11: Umsatz Industrieverpackungen unter 300 Liter	25
Abbildung 12: Umsatz Industrieverpackungen über 300 Liter	25
Abbildung 13: Umsatz Nahrungsmittelverpackungen aus Metall	26
Abbildung 14: Beschäftigtenentwicklung Metallverpackungen	27
Abbildung 15: Beschäftigte in der Nahrungs- und Industrieverpackung	27
Abbildung 16: Gesamtübersicht Industrieverpackungen aus Metall unter 300 Liter: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)	28
Abbildung 17: Gesamtübersicht Industrieverpackungen aus Metall über 300l: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)	28
Abbildung 18: Gesamtübersicht Nahrungsmittelverpackungen aus Metall: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)	29
Abbildung 19: Umsatz Behälterglas	29
Abbildung 20: Beschäftigte Hohlglas	31
Abbildung 21: Gesamtübersicht Hohlglas: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)	32
Abbildung 22: Umsatz Holzverpackungen	33
Abbildung 23: Beschäftigte Holzverpackungen	34

Abbildung 24: Gesamtübersicht Holzverpackungen: Produktion, Produktivität, Umsatz und Beschäftigte (2005=100)	34
Abbildung 25: Produktion 2008: Struktur im Fachzweig Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen	35
Abbildung 26: Umsatz der Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinenhersteller (in Mio. €)	36
Abbildung 27: Verbraucherumfrage zu Umwelt und Verpackungen	50

Anlage - Branchendaten

		Jahre				
		2005	2006	2007	2008	2009
		Einheit				
Beschäftigte	Anzahl	45.271	45.539	45.846	47.631	46.858
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	0,6	0,7	3,9	-1,6
Betriebe	Anzahl	302	305	304	315	314
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%		1,0	-0,5	3,7	-0,4
Umsatz	Mio. Euro	8.293	8.936	9.951	10.544	9.449
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	7,7	11,4	6,0	-10,4
Produktion	2005=100	100,0	103,6	109,9	109,9	106,3
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	4,0	6,1	0,0	-3,4
Auftragseingang	2005=100	100,0	107,3	119,6	123,2	108,9
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	7,3	11,5	3,0	-11,6
Umsatz						
Umsatz	Mio. Euro	8.293	8.936	9.951	10.544	9.449
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	7,7	11,4	6,0	-10,4
Inlandsumsatz	Mio. Euro	6.375	6.759	7.324	7.799	6.889
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	6,0	8,4	6,5	-11,7
Auslandsumsatz	Mio. Euro	1.919	2.177	2.628	2.745	2.560
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	13,5	20,7	4,4	-6,7
Exportquote	%	23,1	24,4	26,4	26,0	27,1
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	5,3	8,4	-1,4	4,1
Auftragseingang						
Auftragseingang insgesamt	2005=100	100,0	107,3	119,6	123,2	108,9
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%		7,3	11,5	3,0	-11,6
Auftragseingang Inland	2005=100	100,0	106,0	114,5	118,1	103,0
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%		6,0	8,0	3,2	-12,8
Auftragseingang Ausland	2005=100	100,0	111,7	137,4	140,9	129,3
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%		11,7	23,0	2,5	-8,2
Quelle:		Statistisches Bundesamt				
Klassifikation:		Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008)				
Betriebe:		Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten				
Umsatz:		Erlöse für Lieferungen von Produkten aus eigener Erzeugung und Dienstleistungen an Dritte (ohne Skonti/Rabatte, ohne MwSt.)				
Auftragseingang:		Index; kalenderbereinigte Werte, eingegangene und akzeptierte Aufträge				
Herausgeber: IG Metall Vorstand, FB WTU, Stand: Mai 2010, Kontakt: brigitte.doeth@igmetall.de						

		Jahre				
		2005	2006	2007	2008	2009
Verpackungen aus Kunststoff auf einen Blick						
	Einheit					
Beschäftigte	Anzahl	31.500	30.892	31.579	33.530	33.073
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-1,9	2,2	6,2	-1,4
Betriebe	Anzahl	220	215	219	226	234
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-2,3	1,7	3,5	3,5
Umsatz	Mio. Euro	5.457	5.781	6.465	6.866	6.037
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	5,9	11,8	6,2	-12,1
Produktion	2005=100	100,0	105,0	111,5	111,0	104,1
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	0,4	5,5	6,2	-0,4	-6,2
Auftragseingang	2005=100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Umsatz						
Umsatz	Mio. Euro	5.457	5.781	6.465	6.866	6.037
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	5,9	11,8	6,2	-12,1
Inlandumsatz	Mio. Euro	3.531	3.689	4.082	4.441	3.949
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	4,5	10,6	8,8	-11,1
Auslandumsatz	Mio. Euro	1.926	2.092	2.383	2.425	2.088
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	8,6	13,9	1,8	-13,9
Exportquote	%	35,3	36,2	36,9	35,3	34,6
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	4,7	13,1	1,5	-13,6
Auftragseingang						
Auftragseingang insgesamt	2005=100	Keine Daten verfügbar				
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Auftragseingang Inland	2005=100					
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Auftragseingang Ausland	2005=100					
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Verdienste & Produktivität						
Bruttolohn/-gehalt im Monat	Euro	2.545	2.654	2.713	2.761	2.729
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	4,3	2,2	1,8	-1,2
Bruttolohn/-gehalt je Arbeitsstd.	Euro	19,0	28,0	28,5	29,2	30,9
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	6,3	1,7	2,2	6,1
Arbeitszeit je Beschäftigten	Stunden pro Monat	133,9	135,6	136,2	136,1	133,7
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	1,3	0,4	-0,1	-1,8
Produktivität	2005=100	100,0	105,7	108,9	102,9	99,6
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	5,7	3,0	-5,5	-3,2
Kosten und Preise						
Lohnanteil am Umsatz	in %	17,6	17,0	15,9	16,3	17,9
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-3,5	-6,4	2,4	10,0
Lohnstückkosten	2005=100	100,0	97,6	96,5	104,6	107,9
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-2,4	-1,0	8,4	3,1
Verkaufspreise	2005=100	100,0	102,7	104,8	107,2	101,2
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	2,7	2,0	2,3	-5,6
Quelle:	Statistisches Bundesamt					
Klassifikation:	Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008)					
Betriebe:	Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten					
Umsatz:	Erlöse für Lieferungen von Produkten aus eigener Erzeugung und Dienstleistungen an Dritte (ohne Skonti/Rabatte, ohne MwSt.)					
Produktion:	Index; kalenderbereinigte Werte					
Auftragseingang:	Index; kalenderbereinigte Werte, eingegangene und akzeptierte Aufträge					
Exportquote:	Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz					
Bruttolohn/-gehalt:	ohne Pflichtanteile des Arbeitgebers zur Sozialversicherung und Vergütungen, die als Spesenersatz anzusehen sind					
Produktivität je Beschäftigtenstunde:	Index; Produktion durch Arbeitsstunden					
Lohnstückkosten:	Index; nominale Lohnstückkosten: (Löhne+Gehälter/Arbeitsvolumen)/Produktivität					
Verkaufspreise:	Index; mit dem Umsatzanteil gewichtete Erzeuger- und Ausführpreise					
Herausgeber: IG Metall Vorstand, FB WTU, Stand: Mai 2010, Kontakt: brigitte.doeth@igmetall.de						

		Jahre				
		2005	2006	2007	2008	2009
		Einheit				
Beschäftigte	Anzahl	11.308	11.005	11.342	10.865	10.452
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-2,7	3,1	-4,2	-3,8
Betriebe	Anzahl	55	53	53	51	50
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-3,2	0,0	-4,1	-1,6
Umsatz	Mio. Euro	2.428	2.533	2.894	2.497	2.325
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	4,4	14,2	-13,7	-6,9
Produktion	2005=100	100,0	104,5	104,4	107,7	93,7
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-0,2	5,0	0,0	3,2	-13,0
Auftragseingang	2005=100	100,0	101,7	95,3	98,0	86,4
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	3,5	2,0	-6,3	2,8	-11,8
Umsatz						
Umsatz	Mio. Euro	2.428	2.533	2.894	2.497	2.325
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	4,4	14,2	-13,7	-6,9
Inlandumsatz	Mio. Euro	1.390	1.420	1.489	1.405	1.296
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	2,2	4,8	-5,6	-7,8
Auslandumsatz	Mio. Euro	1.037	1.113	1.405	1.093	1.029
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	7,3	26,2	-22,2	-5,8
Exportquote	%	42,7	43,9	48,6	43,8	44,3
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	5,8	16,2	-25,1	-4,1
Auftragseingang						
Auftragseingang insgesamt	2005=100	100,0	101,7	95,3	98,0	86,4
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	3,5	2,0	-6,3	2,8	-11,8
Auftragseingang Inland	2005=100	100,0	100,8	94,3	92,9	81,6
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-0,8	1,2	-6,5	-1,5	-12,1
Auftragseingang Ausland	2005=100	100,0	102,8	96,6	104,6	92,7
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	9,7	3,1	-6,0	8,3	-11,4
Verdienste & Produktivität						
Bruttolohn/-gehalt im Monat	Euro	2.900	3.188	3.263	3.203	3.180
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	9,9	2,4	-1,8	-0,7
Bruttolohn/-gehalt je Arbeitsstd.	Euro	24,0	28,0	28,5	29,2	30,9
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	6,3	1,7	2,2	6,1
Arbeitszeit je Beschäftigten	Stunden pro Monat	120,9	121,9	120,9	122,3	118,5
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	0,8	-0,8	1,1	-3,1
Produktivität	2005=100	100,0	106,5	103,7	111,2	103,8
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	6,5	-2,6	7,2	-6,7
Kosten und Preise						
Lohnanteil am Umsatz	in %	16,3	16,7	15,4	16,9	17,3
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	2,2	-7,6	9,5	2,3
Lohnstückkosten	2005=100	100,0	102,4	108,8	98,9	108,1
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	2,4	6,3	-9,1	9,3
Verkaufspreise	2005=100	100,0	102,4	105,4	104,1	109,3
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	2,4	3,0	-1,2	5,0
Quelle:	Statistisches Bundesamt					
Klassifikation:	Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008)					
Betriebe:	Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten					
Umsatz:	Erlöse für Lieferungen von Produkten aus eigener Erzeugung und Dienstleistungen an Dritte (ohne Skonti/Rabatte, ohne MwSt.)					
Produktion:	Index; kalenderbereinigte Werte					
Auftragseingang:	Index; kalenderbereinigte Werte, eingegangene und akzeptierte Aufträge					
Exportquote:	Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz					
Bruttolohn/-gehalt:	ohne Pflichtanteile des Arbeitgebers zur Sozialversicherung und Vergütungen, die als Spesenersatz anzusehen sind					
Produktivität je Beschäftigtenstunde:	Index; Produktion durch Arbeitsstunden					
Lohnstückkosten:	Index; nominale Lohnstückkosten: (Löhne+Gehälter/Arbeitsvolumen)/Produktivität					
Verkaufspreise:	Index; mit dem Umsatzanteil gewichtete Erzeuger- und Ausführpreise					
Herausgeber: IG Metall Vorstand, FB WTU, Stand: Mai 2010, Kontakt: brigitte.doeth@igmetall.de						

		Jahre				
		2005	2006	2007	2008	2009
		Einheit				
Beschäftigte	Anzahl	15.201	13.986	13.554	13.608	13.194
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-8,0	-3,1	0,4	-3,0
Betriebe	Anzahl	59	58	54	53	52
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-0,4	-7,4	-2,2	-1,9
Umsatz	Mio. Euro	2.428	2.533	2.894	2.497	2.325
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	4,4	14,2	-13,7	-6,9
Produktion	2005=100	100,0	97,4	101,1	97,2	87,1
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%		-2,6	3,8	-3,8	-10,4
Auftragseingang	2005=100					
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Umsatz						
Umsatz	Mio. Euro	2.238	2.306	2.308	2.360	2.150
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	3,0	0,1	2,2	-8,9
Inlandumsatz	Mio. Euro	1.402	1.488	1.455	1.444	1.389
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%		6,1	-2,2	-0,8	-3,8
Auslandumsatz	Mio. Euro	836	818	853	915	760
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%		-2,1	4,3	7,3	-17,0
Exportquote	%	37,4	35,5	37,0	38,8	35,4
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-5,0	4,2	5,0	-8,9
Auftragseingang						
Auftragseingang insgesamt	2005=100	Keine Daten verfügbar				
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Auftragseingang Inland	2005=100					
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Auftragseingang Ausland	2005=100					
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Quelle:	Statistisches Bundesamt					
Klassifikation:	Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008)					
Betriebe:	Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten					
Umsatz:	Erlöse für Lieferungen von Produkten aus eigener Erzeugung und Dienstleistungen an Dritte (ohne Skonti/Rabatte, ohne MwSt.)					
Auftragseingang:	Index; kalenderbereinigte Werte, eingegangene und akzeptierte Aufträge					
Herausgeber: IG Metall Vorstand, FB WTU, Stand: Mai 2010, Kontakt: brigitte.doeth@igmetall.de						

Verpackungsmittel aus Holz auf einen Blick



	Einheit	Jahre				
		2005	2006	2007	2008	2009
Beschäftigte	Anzahl	2.336	2.080	2.524	3.247	3.035
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-11,0	21,3	28,6	-6,5
Betriebe	Anzahl	26	22	30	40	41
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-17	36	32	3
Umsatz	Mio. Euro	390	404	515	618	462
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	3,6	27,5	20,0	-25,2
Produktion	2005=100	100,0	110,0	126,5	134,9	118,6
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	5,4	10,5	15,0	6,7	-12,1
Auftragseingang	2005=100					
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Umsatz						
Umsatz	Mio. Euro	390	404	515	618	462
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	3,6	27,5	20,0	-25,2
Inlandsumsatz	Mio. Euro	338	345	451	544	411
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	2,0	30,8	20,8	-24,5
Auslandsumsatz	Mio. Euro	53	60	65	74	51
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	13,5	8,4	13,9	-30,6
Exportquote	%	13,5	14,7	12,5	11,9	11,1
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	55,0	6,5	17,8	-58,5
Auftragseingang						
Auftragseingang insgesamt	2005=100	Keine Daten verfügbar				
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Auftragseingang Inland	2005=100					
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Auftragseingang Ausland	2005=100					
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%					
Verdienste & Produktivität						
Bruttolohn/-gehalt im Monat	Euro	2.228	2.352	2.275	2.242	2.219
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	5,6	-3,3	-1,4	-1,0
Bruttolohn/-gehalt je Arbeitsstd.	Euro	16,7	17,0	16,3	15,7	15,9
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	1,8	-4,1	-3,7	1,3
Arbeitszeit je Beschäftigten	Stunden pro Monat	133,7	138,7	139,9	143,4	139,9
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	3,8	0,9	2,5	-2,4
Produktivität	2005=100	100,0	119,1	111,2	90,6	87,5
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	19,1	-6,6	-18,6	-3,4
Kosten und Preise						
Lohnanteil am Umsatz	in %	16,0	14,6	13,4	14,3	17,5
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-9,0	-8,0	6,7	22,3
Lohnstückkosten	2005=100	100,0	85,6	87,9	104,4	109,0
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	-14,4	2,7	18,8	4,4
Verkaufspreise	2005=100	100,0	102,8	111,5	111,4	103,3
Veränderung zum Vorjahreszeitraum	%	-	2,8	8,5	-0,1	-7,3

Quelle:	Statistisches Bundesamt
Klassifikation:	Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008)
Betriebe:	Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten
Umsatz:	Erlöse für Lieferungen von Produkten aus eigener Erzeugung und Dienstleistungen an Dritte (ohne Skonti/Rabatte, ohne MwSt.)
Produktion:	Index; kalenderbereinigte Werte
Auftragseingang:	Index; kalenderbereinigte Werte, eingegangene und akzeptierte Aufträge
Exportquote:	Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz
Bruttolohn/-gehalt:	ohne Pflichtanteile des Arbeitgebers zur Sozialversicherung und Vergütungen, die als Spesenersatz anzusehen sind
Produktivität je Beschäftigtenstunde:	Index; Produktion durch Arbeitsstunden
Lohnstückkosten:	Index; nominale Lohnstückkosten: (Löhne+Gehälter/Arbeitsvolumen)/Produktivität
Verkaufspreise:	Index; mit dem Umsatzanteil gewichtete Erzeuger- und Ausführpreise

