

**Markus Tavernier, Vize-Präsident und Bereichsleiter Kommunikation SVI
sowie Geschäftsführer der IGORA-Genossenschaft für Aluminium-
Recycling, Zürich**

**Medienfrühstück Schweizerisches Verpackungsinstitut SVI, Bern
Montag, 16. Juni 2008, 09.30 Uhr, Bahnhofbuffet in Zürich, Au Premier**

- Es gilt das gesprochene Wort -

Als SVI-Vizepräsident und Bereichsleiter Kommunikation sowie als Geschäftsführer der IGORA-Genossenschaft für Aluminium-Recycling begrüsse ich Sie recht herzlich zum bereits etablierten Medienfrühstück des Schweizerischen Verpackungsinstituts. Es freut mich, dass Sie unserer Präsentation so viel Beachtung schenken und damit der Verpackungswirtschaft, die volkswirtschaftlich eine grosse Bedeutung hat und in der Schweiz rund 20 000 Mitarbeitende beschäftigt, Ihr Interesse bekunden.

Im Anschluss an meine Ausführungen wird Ihnen der SVI-Geschäftsleiter – Wolfgang Durrer – die schweizerischen Branchenzahlen und Tendenzen wie auch die Aktivitäten des SVI erläutern.

Unter uns sind ebenfalls verschiedene Industrievertreter, die Ihnen während der Schlussdiskussion bei Fragen zur Verfügung stehen. Ich darf vorstellen:

Glas: Elisabeth Boner, Leiterin Kommunikation, Vetropack Holding AG in Bülach

Weilkarton: Guido Bardelli, Verwaltungsratspräsident, Bourquin AG in Oensingen

Kunststoff und Stahlblech: Klaus Dannenberger, Verwaltungsrat, Crown Vogel AG in Aesch

Maschinenindustrie: Sergio Galante, Business Unit Leiter, Sigpack Systems AG, Beringen

Karton und Verpackungsdruck: Ueli Nydegger, Geschäftsleiter Zeiler AG, Köniz
Ernst Widtmann als **neutraler Verpackungsberater** aus Schaffhausen

Und zu Aluminium kann ich Ihnen selbstverständlich Auskunft geben.

Der CH-Verpackungsmarkt

Die Schweizer Verpackungsindustrie erfreute sich im vergangenen Jahr blühender Geschäfte. Der Markt wuchs wertmässig um rund 11 Prozent gegenüber 2006 und der Gesamtumsatz liegt bei 6,7 Milliarden Franken, was in etwa 1,5 Prozent des schweizerischen Bruttoinlandproduktes entspricht. In den verschiedensten Sparten beschäftigen die 241 in der SVI-Statistik erfassten Betriebe rund 20'000 Mitarbeitende. Positiv beeinflusst haben diesen erfreulichen Geschäftsverlauf die gute Konjunktur, der hohe Konsum sowie eine geringe Teuerung. Einzig die in die Höhe kletternden Ölpreise wie auch die sich abzeichnende Knappheit auf den Rohstoffmärkten machen uns einige Sorgen. Zurzeit und mit Blick auf das laufende Jahr gehen wir aber davon aus, dass der gute Trend anhält. Zuversichtlich stimmt uns die Tatsache, dass der Verpackungsmarkt konsumnah ist und andern Zyklen unterliegt als beispielsweise die Industriegüterbranche. Bleibt die positive Konsumstimmung, können wir weiterhin von einer Hochkonjunktur der Schweizer Verpackung sprechen. Unsere Industrie ist gerüstet für international gefragte Neuentwicklungen und anspruchsvolle Verpackungskonzepte. Hohe Investitionen der Verpackungsunternehmen bilden eine stabile Basis für weiteres Wachstum.

Das Umfeld

Die für unser Land typische KMU-Struktur kommt bei unserer Industrie stark zum Tragen. Der Hauptthrust der Unternehmen sind kreative, dynamische Klein- und Mittelbetriebe mit einem riesigen Potenzial. Nur wenige wie etwa die Bobst SA in Lausanne, die Neuhauser SIG-Gruppe, die neu zur Rank Group Neuseeland zählt, die Alcan Packaging mit zwei Werken in Rorschach und Kreuzlingen sowie der Glashersteller Vetropack AG sind börsenkotierte Unternehmen mit mehreren Hundert Beschäftigten. Unsere Branche ist insgesamt von hoher volkswirtschaftlicher Bedeutung und eine wesentliche Kraft und wichtige Stütze innerhalb der Wertschöpfungskette. Ich attestiere unseren Mitgliedern eine hohe Innovationskraft mit einem breiten Wissen und Können in den Bereichen Beratung, Forschung, Entwicklung und Produktion. Viele sind heute in der

Lage, ganze Systemlösungen mit hochwertigen Dienstleistungen anzubieten. Dies sowohl für den Heimmarkt und speziell für den Export, wo Schweizer Verpackungs-Know-how stark gefragt ist. Noch kurz eine Nebenbemerkung zum Export: Wir schätzen, dass der Exportanteil der Branche hoch ist, genaue Zahlen dazu liegen uns aber aufgrund fehlender Angaben der Industrie leider nicht vor.

Der Standort Schweiz ist für die Verpackungswirtschaft nach wie vor von Bedeutung. Deshalb sind für uns konforme Rahmenbedingungen wichtig. Als Vorteile erweisen sich sicher unser liberaler Arbeitsmarkt wie auch unser moderates Steuersystem. Grosse Eigenverantwortung, Weitblick und Freiwilligkeit bilden die Leitplanken für eine nachhaltige Entwicklung der gesamten Industrie. Die Herausforderung der Verpackungswirtschaft wird sein, der fortwährenden Globalisierung mit noch mehr Produktinnovationen und einer optimierten Produktivität zu begegnen.

Weltweiter Überblick

Im zweiten Teil meines Referates werfe ich einen Blick auf die weltweite Verpackungswirtschaft. Grundlage ist die aufdatierte Studie «The Future of Global Packaging». Sie wurde erstmals im Jahr 2005 der englischen Beratungsfirma Pira und der World Packaging Organisation WPO durchgeführt. Ganz nach dem Sprichwort «Die Zukunft gehört denen, die sie planen!», werden Prognosen bis ins Jahr 2009 gestellt. Ich halte fest, dass die aufgeführten Zahlen auf Schätzungen basieren und von der realen Entwicklung abweichen können.

((Folie: 1))

Verpackungsmarkt weltweit 1999 – 2009

Weltweit wird die Verpackungsindustrie bis im Jahr 2009 rund 560 Milliarden US-Dollar umsetzen und über 2,2 Millionen Beschäftigte haben. Das sind ähnlich Werte wie für die weltweite Pharmaindustrie. Für das Jahr 2007 schätzt das SVI gemäss der Übersicht den weltweiten Umsatz auf rund 530 Milliarden US-Dollar, wovon in etwa 500 Milliarden in Verpackungsmaterialien und 30 Milliarden in Maschinen geflossen sind. Weiter wird geschätzt, dass das durchschnittliche jährliche Wachstum der weltweiten Verpackungsindustrie bei 4 bis 5 Prozent liegt. Die Inflation, Margenerosion und hohe Rohstoffpreise könnten jedoch das Wachstum in Europa, den USA und auch Japan dämpfen. Boommärkte sind demgegenüber Asien, Osteuropa und Südamerika.

Neben dem wirtschaftlichen Umfeld wird der Verpackungsmarkt durch kurzfristige Trends wie auch anhaltende gesellschaftliche Umwälzungen stark beeinflusst. Wichtige Kriterien sind etwa die immer älter werdende Bevölkerung, die ständige Zunahme der 1- bis 2-Personen-Haushalten sowie Mode-Strömungen wie Lifestyle, Wellness, Take-away.

Die Auswirkungen auf das Verpackungsmarketing sind nachvollziehbar. Der Konsument fragt nach immer mehr Convenience, neuen Verpackungsgrößen, moderneren Packmaterialien mit erhöhter Sicherheit, vermehrtem Schutz sowie längerer Haltbarkeit. Immer höher werden auch die Ansprüche umweltfreundliche Verpackungen mit hoher Recyclingtauglichkeit.

((Folie 2))

Verpackungsmaterialien weltweit

Die weltweite Verpackungsindustrie verarbeitet viele unterschiedliche Materialien. Mit rund 38 Prozent sind Papier und Karton weltweit die bedeutendsten Packstoffe. Die starren und flexiblen Kunststoffe nehmen 21 resp. 13 Prozent des Marktes für sich in Anspruch, während das Metall bei 16 Prozent liegt. Darauf folgen Glas und andere Packstoffe mit je 6 Prozent. Sie ersehen aus dem Diagramm auch das durchschnittliche jährliche Wachstum von 2004 bis 2009.

((Folie 3))

Wichtigste Absatzmärkte weltweit

Der Verpackungsbereich wird nach wie vor dominiert vom Konsumverhalten der Bevölkerung. Bei den Prognosen für 2009 liegen die wichtigsten Verpackungsmärkte weiterhin im Foodbereich. Es zeichnet sich hier ein starkes Wachstum vor allem in den Entwicklungsländern ab, während die Märkte USA, Europa gesättigt sind. Getrieben durch Nachfragen in Osteuropa und Asien wird der Getränkebereich bis im 2009 auf 80 Milliarden US-Dollar wachsen. Pharma- und Kosmetikverpackungen weisen das stärkste zu erwartende Wachstum auf, nämlich 6 bis 7 Prozent. Hier zählen die Märkte USA und Asien zu den grössten Absatzträgern. Der Sektor Industrie- und Transportverpackungen

ist nach wie vor bedeutend, jedoch liegt das prognostizierte Wachstum bei lediglich 2 Prozent.

((Folie 4))

Boommärkte

Zum Schluss möchte ich Ihnen aufzeigen, wo die eigentlichen Boommärkte der Verpackungsindustrie liegen. Das grösste Wachstum wird demnach in der Türkei mit bis zu 19 Prozent, Indien mit 14 Prozent sowie Polen mit 12 Prozent jährlich stattfinden. Marktsättigung, Margenerosion und hohe Rohstoffpreise werden das Wachstum in Europa und auch in der Schweiz dämpfen. Prognostiziert ist ein Wachstum zwischen 2 und 3 Prozent. Doch die Zahlen aus der Schweizer Verpackungsindustrie, die Ihnen jetzt Wolfgang Durrer präsentieren wird, deuten darauf hin, dass das Wachstum in der Schweiz das laufende Jahr höher ausfallen könnte, als es uns die Prognosen weisen wollen.

Falls Sie Interesse haben, einen Blick in die ausführliche Pira-Studie zu werfen, können Sie dies in der Geschäftsstelle des SVI tun.

Ich danke Ihnen für Ihr Interesse an der Verpackungsindustrie wie auch für Ihr Engagement, unsere Botschaften mit Ihrer hohen Fachkompetenz in die Öffentlichkeit zu tragen.

Das Wort übergebe ich nun an Wolfgang Durrer. Ich freue mich auf eine anregende und spannende Diskussion mit unseren anwesenden Vertretern aus der Branche am Schluss der Veranstaltung.

16. Juni 2008