



Interview

Düsseldorf, 19. Juni 2009

Interview mit Stefan Strenger, Marktsegmentleiter Flexible Verpackungen EMEA

„Markt für Flexible Verpackungen bleibt mittelfristig auf Wachstumskurs“

Seit mehr als 40 Jahren produziert Henkel spezielle Klebstoffe zur Kaschierung verschiedenster Materialien für flexible Verpackungen. Im Interview spricht Stefan Strenger, Marktsegmentleiter Flexible Verpackungen EMEA, über Auswirkungen der Wirtschaftskrise, Veränderungen und Entwicklungstrends in diesem Segment.

In welchem Maß ist der Markt für flexible Verpackungen von der Wirtschaftskrise betroffen?

Strenger: „Der Einsatz von Flexiblen Verpackungen ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Ende 2008 zeigte sich jedoch, dass die Krise auch an dieser Branche nicht spurlos vorüber geht. Allerdings ist sie nicht annähernd so stark betroffen, wie viele andere Industriebereiche. Zwar gibt es derzeit keine einheitlichen Prognosen, für dieses Jahr halte ich jedoch einen Nachfragerückgang von ungefähr 5 bis 10 Prozent für möglich. Betroffen ist hier insbesondere der Premiumsektor. Hinzu kommt, dass der Wachstumsmotor Zentral- und Osteuropa derzeit mit deutlich reduziertem Tempo läuft. Meiner Meinung nach handelt es sich hierbei jedoch nur um einen kurzfristigen Effekt. Mittelfristig bleibt der Markt für flexible Verpackungen auch weiterhin klar auf Wachstumskurs. Wir erwarten eine Belebung bereits zum Jahresende.“

Was macht flexible Verpackungen so beliebt?

Strenger: „Die Vorteile dieser Technologie liegen auf der Hand: Flexible Verpackungen bieten höchste Funktionalität bei niedrigen Materialkosten und geringem Gewicht. Moderne Beutelverpackungen, so genannte Stand-up-Pouches,

sind beispielsweise im Gegensatz zur Dose nicht nur günstiger in der Herstellung, sie reduzieren zudem die Lager- und Transportkosten. Das wirkt sich natürlich auch positiv auf die CO2-Bilanz dieser Verpackungsart aus. Auf Seiten der Verbraucher begründet sich die Beliebtheit unter anderem durch die steigende Zahl der Single- und Seniorenhaushalte, mit einer starken Tendenz zu immer mehr Portionsverpackungen. Diese Gruppe greift immer häufiger auf Convenience-Produkte zurück, für die flexible Verpackungen die ideale Lösung darstellen. Last but not least ermöglicht sie bei der Verpackungsgestaltung ein hohes Maß an Differenzierungsmöglichkeiten und Funktionalität. Ein aktuelles Beispiel sind eingeschweißte Ventile bei Trinkverpackungen, die beim Verbraucher äußerst beliebt sind.“

— *Wie hat sich die Erwartungshaltung der Verpackungshersteller an ihre Zulieferer geändert?*

— Strenger: „Gerade in Zeiten der Krise zeigt sich, dass die Flexibilität der Zulieferer eine große Rolle spielt. Viele Verpackungshersteller haben die Reichweite ihrer Lagerbestände zuletzt optimiert und ihre Bestände an Rohstoffen und Fertigwaren gesenkt. Für den Zulieferer von Verpackungsklebstoffen bedeutet dies, den Kunden kurzfristig, schnell und zuverlässig beliefern zu können. Finanziell solide aufgestellte Unternehmen sind hier natürlich im Vorteil. Daneben wird es immer wichtiger, verschiedene Klebstofflösungen für flexible Verpackungen aus einer Hand liefern zu können. Henkel bietet hier das gesamte Produktportfolio an Kaschierklebstoffen, über Heiß- und Kaltsiegellacke, Hotmelts für den Wiederverschluss bis hin zu Coatings, Primer und Reiniger an. Zuletzt wurde diese umfangreiche Palette durch die Akquisition von National Starch nochmals gestärkt“

— *Das Thema Nachhaltigkeit hat in der Verpackungsbranche mittlerweile einen hohen Stellenwert. Welchen Beitrag leisten moderne Kaschierklebstoffe in diesem Kontext?*

— Strenger: „Die Entwicklung von nachhaltigen, modernen Klebstofflösungen ist im gesamten Verpackungsmarkt ein entscheidender Erfolgsfaktor geworden. Zum Beispiel sind Klebstoffe, die anteilig auf nachwachsenden Rohstoffen basieren, mehr und mehr gefragt. Anhaltend ist auch der Trend in Richtung 2-komponentige lösemittelfreie Verbindungstechnologien. Aber auch der Faktor Lebensmittelsicherheit ist ein wichtiges Thema. Hauptanwender von flexiblen Verpackungen ist die Lebensmittelindustrie. Sie stellt mittlerweile hohe Sicherheitsanforderungen an ihre Lieferanten, um eine Kontamination der Lebensmittel durch Gefahrenstoffe aus dem Verpackungsmaterial sicher auszuschließen. Moderne Kaschierklebstoffe, wie zum Beispiel die der vierten Liofol Generation, sind hier Vorreiter und benötigen nur noch eine sehr kurze Aushärtezeit.“

Fotomaterial finden Sie im Internet unter: <http://www.henkel.de/presse>

Seit mehr als 130 Jahren ist Henkel führend mit Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen. Das Unternehmen ist in den drei Geschäftsfeldern Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik und Körperpflege sowie Adhesive Technologies (Klebstoff Technologien) aktiv. Über 60 Prozent des Umsatzes erzielt Henkel, das zu den Fortune Global 500 Unternehmen zählt, mit Konsumentenmarken. Knapp 40 Prozent des Konzernumsatzes kommen aus dem Geschäft mit Industriekunden. Im Geschäftsjahr 2008 erzielte Henkel einen Umsatz von 14 131 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 1460 Mio. Euro. Weltweit engagieren sich unsere über 52 000 Mitarbeiter dafür, unser Leitmotiv „A Brand like a Friend“ umzusetzen und sicherzustellen, dass Menschen in über 125 Ländern der Welt den innovativen Marken und Technologien von Henkel vertrauen können.

Presse-Kontakt

Peter Kreft

Tel. +49 211 797-1458

Fax +49 211 798-11458

Christoph Schmidt

Tel. +49 211 797-9933

Fax +49 211 798-11458

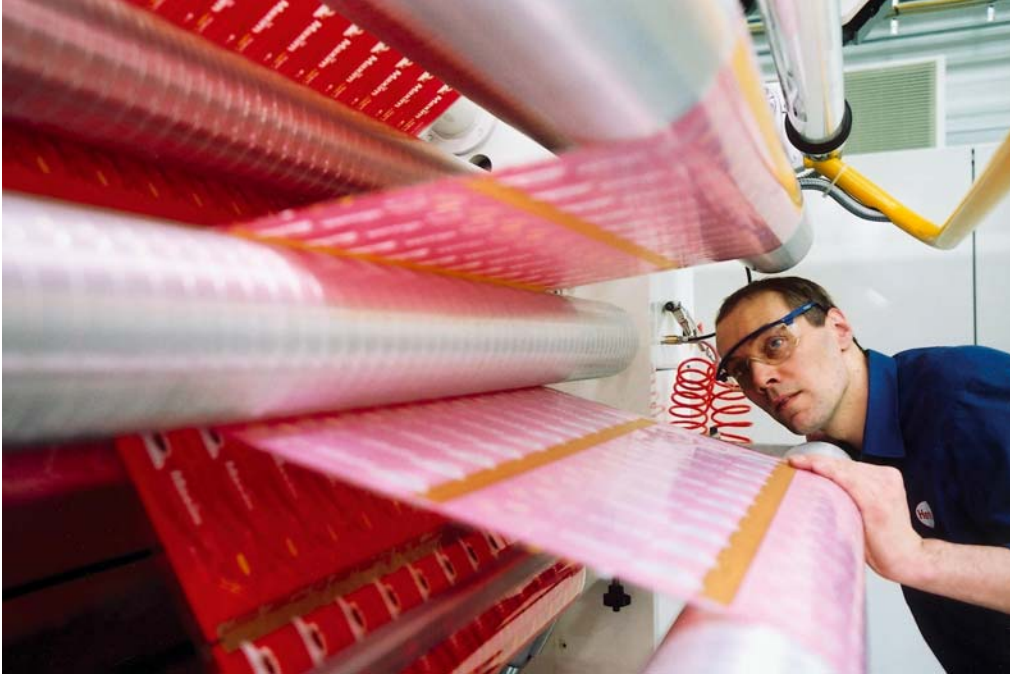
Henkel AG & Co. KGaA

Leiter Unternehmenskommunikation:
Ernst Primosch, Corporate Vice President

Folgendes Bildmaterial ist verfügbar:



Stefan Strenger, Marktsegmentleiter Flexible Verpackungen EMEA.



Hersteller von flexiblen Verpackungen können auch in Zukunft mit steigenden Wachstumsraten rechnen.