

15.05.2024 Retail Brands Industry Look into Europe Artikel

Bedeutung der Nachhaltigkeit bei Metallverpackungen wächst

Auch bei den Metallverpackungen gewinnt Nachhaltigkeit immer stärker an Bedeutung. Ein Trend, der von der Verbraucherseite ausgeht, die Produzenten reagieren und schrauben ihre Investitionen in nachhaltige Lösungen in die Höhe. Dies ist das wichtigste Ergebnis der diesjährigen Umfrage von Eviosys.



Blechdosen für Getränke, eingemachtes Obst oder andere Konserven, Metall Dosen für Schmuck und Medikamente, Kronenkorken, Bierfässer – Metallverpackungen begegnen Konsumenten ständig und fast überall. Dabei gewinnen die Verpackungen aus Metall, Blech und Aluminium immer mehr Punkte in Fragen der Nachhaltigkeit, ein Trend, der den Markt der Metallverpackungen nach den Ergebnissen der neuen Studie von Eviosys, immer stärker bestimmt. Der Anbieter von Verpackungen aus Metall und Blech untersucht diesen Markt seit vier Jahren in jährlichen Studien, 2024 basieren die Ergebnisse auf einer europaweiten Umfrage unter 2.000 Verbrauchern und 600 Unternehmen aus der Fertigungs-, Vertriebs- und Verbrauchsgüterindustrie.

Die Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit geht nach Einschätzung von 90 Prozent der befragten Unternehmen von den Nachfragern aus. So stuften 63 Prozent der Verbraucher Metallprodukte als umweltfreundliche Alternative für Plastikware ein. Für 59 Prozent stelle die große Menge an Plastikmüll in den Supermärkten ein Ärgernis dar. Die unbegrenzte Recyclingfähigkeit von Metall bewege 82 Prozent zum Kauf einer entsprechenden Verpackung, 2022 hatte dieser Wert noch bei 77 Prozent gelegen. „Es gibt nur zwei beständige Materialien, die unendlich oft recycelt werden können, Glas und Metall, alle anderen Verpackungsmaterialien enden irgendwann im Restmüll“, erklärt Laetitia Durafour, Marketing-Direktorin bei Eviosys.

Bereitschaft zur Produktion nachhaltiger Produkte

Die wachsende Bedeutung der Nachhaltigkeit und die Vorteile der Metallverpackungen gegenüber anderen Materialien wird laut Eviosys auch von den Anbietern verstärkt wahrgenommen und umgesetzt. 98 Prozent hätten den Stellenwert von ökologischen Vorteilen und dem unbegrenzten Recycling erkannt. Nach Einschätzung der Umfrageteilnehmer müsse es zu Gesprächen und einem Austausch mit den Endkunden kommen, beide Seiten seien für das Erreichen der Ziele verantwortlich. Die Zahl der Produzenten, die sich verstärkt in die Bereiche Forschung und Entwicklung einbringen wollten, liege bei 90 Prozent. Allerdings hätten bislang nur drei Prozent größere Investitionen vorgenommen. Eviosys verfolge hierbei nach

Aussage von Durafour folgende Strategie: „Unsere Forschungs- und Entwicklungstätigkeit ist auf zwei Herausforderungen ausgerichtet: Wirtschaftlichkeit und Umweltverantwortung. Wir arbeiten mit unseren Kunden zusammen, um Produkte zu entwickeln, die ihre Anforderungen und die ihrer Verbraucher bestmöglich erfüllen.“ Ihr Ziel sei es, ihnen zu zeigen, wie sie den Übergang zu nachhaltigen Produkten am besten realisieren könnten.

Externe Faktoren behindern Entwicklung und Produktion

Doch würden die Unternehmen bei der Umsetzung des Trends auch immer wieder vor Barrieren stehen, die sie behinderten. An erster Stelle stünden hierbei für 33 Prozent die hohen finanziellen Anforderungen, jeweils 19 Prozent gäben Verbraucherinteresse respektive die Lieferkettenproblematik an. Weitere Probleme bildeten die Verfügbarkeit der Materialien (14 Prozent) und die staatlichen und formellen Vorgaben (zwölf Prozent). Diese Faktoren und Schwierigkeiten trübten die Erwartungen und Prognosen der Unternehmen aber nicht existenziell. Die Rate der Befragten, die überzeugt seien, dass sie in den nächsten drei Jahren zu 100 Prozent recyclingfähige Verpackungen einsetzen könnten, liege bei 45 Prozent. 90 Prozent rechneten damit, dass sie dieses Ziel in den nächsten zehn Jahren erreichen könnten.

Quelle: FACHPACK360°, 15. Mai 2024