

Press Information

Europäische Aluminiumtubenhersteller legen positive Halbjahreszahlen für 2007 vor: Hohe Nachfrage des Vorjahres steigt in 2007 nochmals an.

Historisches Absatzhoch trotz aktuell hoher Herstellungskosten.

Nach einem positiven 3-prozentigen Absatzwachstum in 2006 steigt die Nachfrage bei den europäischen Herstellern von Aluminiumtuben weiter an. Im ersten Halbjahr 2007 konnte der Produktionsindex im Vergleich zum ersten Halbjahr 2006 um weitere 3 Prozent zulegen.

Düsseldorf, 15. Oktober 2007: Die europäischen Hersteller von Aluminiumtuben legten heute in Düsseldorf ihre Absatzzahlen für das erste Halbjahr 2007 vor: Mit einer neuerlichen Produktionssteigerung von 3 Prozent im Vergleich zum Vorhalbjahr zogen die Unternehmen eine positive Bilanz für die vergangenen sechs Monate des Geschäftsjahres. „Die Nachfrage steht auf einem historischen Hoch und das trotz aktuell hoher Herstellungskosten“, so Gregor Spengler, Generalsekretär des Verbandes der European Tube Manufacturers Association (ETMA). Das Absatzplus resultierte insbesondere aus einer verstärkten Nachfrage an Verpackungslösungen in den Schlüsselindustrien Kosmetik, Pharmazie und Nahrungsmittel.

Produktinnovation als Wachstumsmotor der Branche

Besonders erfreulich aus Sicht der Aluminiumtuben produzierenden Unternehmen: Das hohe Produktionsniveau aus 2006 konnte insbesondere dank neuer und innovativer Produktlösungen nochmals übertroffen werden. Die diesjährigen Wachstumsimpulse resultierten vor allem daraus, dass die Industrie die Innovationskraft des Premium-Verpackungsmittels zur Differenzierung ihrer Produkte erkannte und einsetzte. „Die qualitative Einzigartigkeit der Aluminiumtube stand in der Branche schon immer außer Frage. Jetzt erkennen Konsumgüterproduzenten, wie etwa ein europaweit führender Hersteller von Kräuterbutter, das Differenzierungspotential des Premium-Packmittels. Kräuterbutter in einer Aluminiumtube wird zu einem gänzlich neuen Produkt mit eigenständigen Verkaufsargumenten“, resümiert Spengler exemplarisch die Erfolgsfaktoren des ersten Halbjahrs 2007.

Regionale Schlüsselindustrien sichern gute Nachfragesituation

Das Verpackungs-Allroundtalent Aluminiumtube bedient dabei die Bedürfnisse beinahe jeder abfüllenden Industrie, seien es schwedische Hersteller von Lebensmitteln, französische Kosmetikproduzenten oder schweizerische Pharmaunternehmen. Die führenden Herstellungsländer sind Deutschland, Italien, Frankreich, Spanien und die Schweiz mit den Schlüsselindustrien Kosmetik, Pharma und Food. Hier liegen die Stückzahlen im ersten Halbjahr 2007 bei über 1,37 Milliarden, im Gesamtmarkt insgesamt bei 2,2 Milliarden und damit im Vorjahresvergleich deutlich im Plus. „Wenn das Geschäftsjahr auf diesem Niveau zum Abschluss gebracht werden kann – und hiernach sieht es dank voller Auftragsbüchern aus – werden wir 2007 in unseren Schlüsselindustrien und –ländern die exzellenten Vorjahresergebnisse noch einmal deutlich übertreffen können“, analysiert Spengler die Halbjahreszahlen.

Branche setzt auf Investitionen um dem Marktwachstum zu folgen

Die weitere Steigerung der guten Nachfrage aus 2006 führte die ohnehin sehr gute Kapazitätsauslastung der Produktionsanlagen zum Teil an ihre Grenzen. „Trotz eines aktuell sehr hohen Preisniveaus bei Rohstoff- und Fertigungskosten berichteten einige Mitglieder im ersten Halbjahr bereits über Fertigungseingpässe“, informiert Spengler. Um Lieferengpässe oder gar kundenseitige „out-of-stock“-Situationen zu vermeiden, setzt die Branche deshalb auf Investitionen. Die boomende Mengenentwicklung stimmt die Branche zuversichtlich für das 2007er Geschäftsjahr; gewinnen Aluminiumtuben bei Kunden und Konsumenten doch weiter an Attraktivität. Gleichzeitig berichten mehrere Branchenunternehmen über sich verstärkenden Ergebnisdruck, da gestiegene Kostenbelastungen nur bedingt in den Markt weiter gereicht werden können. „Der Schlüssel liegt in der Innovationskraft der Unternehmen sowie einem weiteren Zugewinn an Produktattraktivität durch immer höherwertige Ausstattungen, die Industrie und Konsumenten überzeugen“, so Spengler über die strategische Ausrichtung für die Zukunft. Die europäischen Aluminiumtubenhersteller blicken demnach optimistisch auf die zweite Hälfte des Jahres 2007 und das Jahr 2008. Mit der bereits in der Vergangenheit gezeigten Innovationskraft und dem Mut zur Ansprache neuer Märkte werden Aluminiumtuben auch in Zukunft die erste Wahl als Verpackung hochwertiger Güter bleiben.