

VDW-Jahrespressekonferenz am 13. April 2022

Dr. Steffen P. Würth
Vorsitzender des Verbandes der Wellpappen-Industrie e.V.

Es gilt das gesprochene Wort.

Hilpertstraße 22
64295 Darmstadt

www.wellpappen-industrie.de

Pressekontakt:
Sabine Egidius
Tel. +49 (0)151 23405755
egidius@vdw-da.de

Guten Morgen, meine Damen und Herren und auch von mir herzlich willkommen zur Jahrespressekonferenz der Wellpappenindustrie. Ich freue mich über Ihr Interesse und insbesondere, dass wir uns nach längerer Verlagerung in den virtuellen Raum erstmals wieder persönlich begegnen. Das ist ein kleiner Lichtblick in einer Zeit, die ansonsten von eher düsteren Schlagzeilen geprägt ist. Bevor wir zur Jahresbilanz 2021 kommen, möchte ich kurz auf die aktuelle Lage eingehen. So werden wir am Ende ein klareres Gesamtbild davon haben, wo die Wellpappenindustrie momentan steht und welchen Herausforderungen wir uns gegenübersehen.

Erst zwei Monate ist es her, dass das Statistische Bundesamt nach ersten Berechnungen für 2021 ein Fazit zog, das optimistisch stimmte: Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) sei kalender- wie preisbereinigt um 2,7 Prozent höher ausgefallen als 2020. Trotz einer andauernden pandemischen Lage und zunehmender Liefer- und Materialengpässe habe sich die deutsche Wirtschaft 2021 erholen können, auch wenn das Vorkrisenniveau bei der Wirtschaftsleistung noch nicht ganz wieder hergestellt sei. Unsere Branche hatte zu dem Zeitpunkt allerdings bereits monatelange massive Preissteigerungen hinter sich – sowohl bei unserem wichtigsten Rohstoff Wellpappenrohpaper als auch beim für uns essenziellen Energieträger Gas. Dementsprechend waren wir zwar zuversichtlich, dass die Nachfrage nach Wellpappenverpackungen stark bleiben würde. Der Blick auf die Kostenseite machte uns aber bereits zum damaligen Zeitpunkt große Sorgen.

Der Angriff Russlands auf die Ukraine am 24. Februar 2022 erschütterte kurz darauf die Märkte und die wirtschaftlichen Prognosen. Die Gaspreise an der niederländischen Börse TTF stiegen sprunghaft in die Höhe; in Italien kam es schon kurze Zeit später zur Schließung von Papierwerken. Doch nicht nur unsere Vorstufe, auch die Wellpappenindustrie selbst ist derzeit auf Gas als Energieträger angewiesen. Unsere Branche ist im Gegenzug unverzichtbar, wenn es um die sichere Beförderung von Gütern und die Versorgung der Bevölkerung geht. Rund zwei Drittel aller in Deutschland transportierten Waren gelangen in Wellpappenverpackungen ans Ziel. Die Lebensmittel- und Konsumgüterindustrie zählt nach wie vor zu unseren wichtigsten

Begrüßung und Einleitung

<p>Kunden – weshalb wir zu Beginn der Covid-19-Pandemie auch für diesen Bereich als systemrelevant eingestuft wurden. Die Politik muss nun alles daransetzen, die Gasversorgung sicherzustellen und negative wirtschaftliche Konsequenzen des Krieges abzufedern. Das ist die Voraussetzung dafür, dass die Wellpappenindustrie weiterhin erfolgreich ihren Beitrag zum reibungslosen Funktionieren der Lieferketten leisten kann.</p> <p>Lassen Sie uns damit übergehen zu den wirtschaftlichen Daten für 2021.</p>	
<p>Die Nachfrage nach Wellpappenverpackungen ist 2021 im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Die Wellpappenindustrie hat ihr im Dezember 2020 für den <u>arbeitstäglichen</u> Wellpappenabsatz 2021 prognostiziertes Wachstumsziel von einem Prozent übertroffen und erreichte ein deutlich höheres Plus von 6,9 Prozent. So erfreulich diese Zahl ist: 2021 war nicht nur in dieser Hinsicht ein Jahr der Steigerungen. Massiv in die Höhe geschossen sind wie eingangs erwähnt leider auch die Papierpreise – und zwar auf ein mindestens seit der deutschen Wiedervereinigung unerreichtes Niveau. Die sich daraus ergebende Kostenbelastung für die Wellpappenindustrie war immens und konnte nicht im eigentlich notwendigen Maße an die Kundenseite weitergegeben werden. Hinzu kamen rasant steigende Energie- und Logistikkosten.</p>	<p>Überblick und Veränderungen arbeitstäglich</p>
<p>Mit 8.656 Millionen m² verzeichneten die VDW-Mitglieder beim <u>mengenmäßigen</u> Absatz ein Wachstum von 557 Millionen m² gegenüber dem Vorjahr. Dies entspricht – wie bereits beim arbeitstäglichen Absatz – einer Steigerungsrate von 6,9 Prozent. Ein ähnlich hohes Plus konnte, wie Sie auf der Grafik sehen, zuletzt im Jahresvergleich 2009/2010 erzielt werden – damals allerdings wohlgerne unter dem Vorzeichen eines wirtschaftlichen Einbruches im Krisenjahr 2009. Die Nachfrage nach Wellpappe war 2021 somit tatsächlich außergewöhnlich stark. In den VDW-Mitgliedsunternehmen schlug sich das in einer entsprechend hohen Auslastung nieder. In der ersten Hälfte sowie Mitte des Jahres 2021 bewegte sich die Wellpappenindustrie nahe an ihrer Kapazitätsgrenze. Dies bedeutete für unsere Branche im zweiten Jahr der Covid-19-Pandemie eine besondere Herausforderung, da es die Gesundheit der Beschäftigten auch zu Zeiten neuer Infektionswellen unbedingt zu schützen galt, etwa indem Schichten in der Produktion entzerrt wurden. Dieser Verantwortung sind die VDW-Mitglieder gerne gerecht geworden – und dabei zugleich zuverlässige Partner für ihre Kunden geblieben.</p>	<p>Entwicklung Wellpappenabsatz (VDW)</p>
<p>Die einzelnen Quartale 2021 weisen mengenmäßig betrachtet bei den jeweiligen Absätzen eine recht gleichmäßige Entwicklung auf. Das ist allerdings auf die unterschiedliche Anzahl von Arbeitstagen</p>	<p>Quartale VDW</p>

in den einzelnen Quartalen zurückzuführen. Prozentual betrachtet zeigt sich im Jahresvergleich ein etwas anderes Bild.

	In 1.000 m ²	2021	2020
1. Quartal 2021	2.196.006 m ²	6,0 %	3,0 %
2. Quartal 2021	2.136.123 m ²	11,8 %	-1,2 %
3. Quartal 2021	2.168.375 m ²	8,0 %	-0,9 %
4. Quartal 2021	2.155.898 m ²	2,2 %	9,0 %
2021 gesamt	8.656.402 m²	6,9 %	2,4 %

Das Vorjahr 2020 war, bedingt durch rigidere „Lockdown“-Phasen, von stärkeren Schwankungen in der Nachfrage geprägt. Unsere Industrie hat im Jahr 2021 maßgeblich zur Erholung der gesamtdeutschen Volkswirtschaft beigetragen und verzeichnete entsprechend hohe Wachstumsraten gegenüber 2020. Ein weiterer wichtiger Einflussfaktor für die Nachfrage 2021 waren Substitutionseffekte. Pandemiebedingt floss erneut weniger Geld in Veranstaltungen – stattdessen wurden mehr Güter konsumiert. Gerade Gebrauchsgüter wie Haushaltsgeräte oder optische Geräte erlebten im Verlauf des Jahres einen starken Anstieg. Auch Vorleistungsgüter für die Weiterverarbeitung in der Produktion wie etwa Batterien, Akkumulatoren oder elektronische Bauelemente wurden 2021 stärker nachgefragt als 2020. Darüber hinaus konnte der Online-Handel seinen Wachstumskurs fortsetzen und den Brutto-Umsatz 2021 nach Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel um 19 Prozent steigern. Von diesem Trend haben auch unsere Mitglieder kontinuierlich profitieren können. Denn laut einer im vergangenen Jahr von uns veröffentlichten Studie werden etwa 16 Prozent der in Deutschland verkauften Wellpappe als Versandverpackungen eingesetzt. Generell war 2021 ein weltweiter Aufschwung zu verzeichnen, der auch zu einer entsprechend starken Nachfrage nach Wellpappe führte. Zu einem gewissen Grad gebremst wurde diese Entwicklung durch die wiederkehrende Material- und Rohstoffknappheit in diversen Wirtschaftsbereichen.

Im Dezember 2021 hatten wir für den arbeitstäglichen Absatz der deutschen Wellpappenindustrie im Jahr 2022 ein Wachstum in Höhe von 4,1 Prozent prognostiziert, wie Sie auf dieser Folie sehen. Diese Prognose basierte insbesondere auf der 2021 erfreulich hohen Nachfrage nach Wellpappe. Nicht zu erahnen waren zu dem Zeitpunkt die wirtschaftlichen Konsequenzen, die wir gerade durch den Krieg in der Ukraine erleben. Insofern müssen wir unsere eigene positive Prognose für 2022 aktuell mit einem Fragezeichen versehen. Auch wenn wir bereit sind, unsere Leistungsfähigkeit selbst unter deutlich härteren Bedingungen wieder unter Beweis zu

Absatzprognose

<p>stellen – notwendige Basisvoraussetzung dafür ist die lückenlose Sicherung der Gasversorgung.</p>	
<p>Lassen Sie mich an dieser Stelle auf die angespannte Kostensituation 2021 zurückkommen. Denn so wird besonders deutlich: Die jüngsten, von der Kriegssituation bedingten Belastungen verschärfen einen schon seit Monaten vorhandenen, immer extremeren Preisdruck auf die Wellpappenindustrie. Auf der Folie sehen Sie eindrucksvoll das Langzeitbild – und insbesondere, wie steil die Kurve beim Papierpreis bereits seit Herbst 2020 ansteigt. Ebenfalls gut erkennbar ist, dass die Schere zwischen dem Papierpreis und dem Preisindex für unser Produkt Wellpappe immer weiter auseinanderklafft. Das Missverhältnis ist also offenkundig. In Zahlen ausgedrückt: Das vom VDW gewichtete Preisniveau für Wellpappenroh papier hat sich im Laufe des Jahres 2021 um rund 50 Prozent erhöht. Geht man vom Startpunkt des steilen Anstieges aus, also September 2020, kommt man sogar auf eine Steigerung von rund 66 Prozent.</p> <p>Der Erzeugerpreisindex des Statistischen Bundesamtes für Gas bei Abgabe an die Industrie kletterte derweil noch stärker in die Höhe, nämlich von Dezember 2020 bis Dezember 2021 um 235 Prozent. Setzt man als Zeitraum von August 2020 bis Dezember 2021 an, kommt man auf eine Verteuerung von rund 330 Prozent.</p> <p>Für das laufende Jahr müssen wir angesichts einer dramatisch veränderten internationalen Lage am Energiemarkt wie in der Energiepolitik mit weiteren Verschärfungen rechnen. Auch die Logistik wurde von der Dynamik der Ereignisse schnell erfasst – hier drohen ebenfalls neue Preisrekorde und neue Herausforderungen bei der Aufrechterhaltung der Lieferketten.</p>	<p>Kosten</p>
<p>Kommen wir zur Erlösseite. Die Erlöse stiegen 2021 gegenüber dem Vorjahr um 4,5 Cent/m² auf durchschnittlich 57,7 Cent/m². Dies entspricht einem Plus von 8,5 Prozent. Isoliert betrachtet ist dieses Ergebnis erfreulich. Gemessen an den zuvor geschilderten Kostensteigerungen kann es aber die Belastungen, denen sich die VDW-Mitglieder gegenübersehen, dennoch nicht ausreichend kompensieren. Bei der Steigerungsrate von 8,5 Prozent gilt es im Übrigen auch zu bedenken: Im Vorjahr 2020 mussten wir bei den durchschnittlichen Erlösen Einbußen von 5,8 Prozent in Kauf nehmen. Auch das relativiert das Bild.</p>	<p>Erlöse</p>
<p>Beim Umsatz konnte die Wellpappenindustrie bedingt durch die höheren Erlöse ein starkes Plus von 16 Prozent verbuchen. Doch auch hier wird die Freude über ein starkes Ergebnis vom immensen Kostendruck überschattet – und von der angespannten wirtschaftlichen Gesamtlage, die sich negativ auf den Konsum auswirken dürfte. Für eine Kompensation des massiv gestiegenen Kostendrucks hätte der Umsatz noch höher ausfallen müssen.</p>	<p>Umsatz</p>

<p>Die Zahl der Beschäftigten in den VDW-Mitgliedsunternehmen ist 2021 gegenüber dem Vorjahr um 791 auf 18.478 angewachsen, was im Einklang steht mit der hohen Nachfrage nach unseren Verpackungen und der starken Kapazitätsauslastung. Der Anteil der Auszubildenden unter den Beschäftigten lag 2021 bei 4,8 Prozent. Das waren 0,2 Prozentpunkte weniger als im letzten Jahr. Grund hierfür ist jedoch ein Basiseffekt. Absolut blieb die Anzahl nahezu konstant.</p>	<p>Beschäftigte</p>
<p>Kommen wir zum Einsatz von Druckfarben. Hier beobachten wir schon länger einen Rückgang des Anteils unbedruckter Wellpappe gegenüber den farbig bedruckten Varianten. Die Zahlen für 2021 weichen geringfügig von diesem Trend ab, weil bei drei- und mehrfarbiger Wellpappe ein leichter Rückgang von 25 auf 24 Prozent zu verzeichnen war. Unbedruckte Wellpappe hielt sich mit 26,6 Prozent stabil auf dem Niveau des Vorjahres 2020. Der Anteil einfarbig bedruckter Wellpappe wuchs 2021 um 0,4 Prozentpunkte auf 34,4 Prozent leicht an. Bei der zweifarbig bedruckten Wellpappe stieg die Kurve von 14,8 Prozent im Vorjahr auf 15,1 Prozent im Jahr 2021.</p> <p>Eine Trendumkehr leitet sich für uns aus diesen Zahlen nicht ab. Wir werten diese eher als Ausreißer, der den Besonderheiten des vergangenen Jahres zuzuschreiben ist – also etwa der hohen Nachfrage nach Gebrauchsgütern und Vorleistungsgütern für die Produktion. Wir sehen weiterhin ein starkes Interesse der Kundenseite, die Präsenz der eigenen Marke mit attraktiv designten, farbig bedruckten Verpackungen zu stärken und sich wirksam vom Wettbewerb abzuheben.</p>	<p>Druckfarben</p>
<p>Damit möchte ich die Betrachtung der wirtschaftlichen Kennzahlen 2021 abschließen und noch einige Informationen zur Positionierung und Kommunikation der Wellpappenindustrie mit Ihnen teilen.</p>	
<p>Im vergangenen Jahr haben wir großes Engagement in mehrere Studien investiert. Diese Analysen zeigen die hohe Marktrelevanz, die positive Wahrnehmung bei Endverbrauchern, aber auch den Beitrag, den unsere Verpackungen zum Erreichen von Nachhaltigkeitszielen leisten können.</p> <p>So haben wir etwa im Mai 2021 eine von der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung (GVM) erstellte Studie veröffentlicht. Diese belegt, dass Wellpappenverpackungen in Deutschland bereits 2019 für 90 Prozent der im E-Commerce versendeten Waren genutzt wurden – ein sehr klares Votum dieses boomenden Sektors.</p> <p>Eine im Juni 2021 herausgegebene und vom Marktforschungsinstitut Kantar Public durchgeführte Verbraucherumfrage rückte den Aspekt</p>	<p>Faktenbasis weiter ausgebaut</p> <p>GVM-Studie</p> <p>Kantar-Public-Studie</p>

der Nachhaltigkeit in den Fokus. Hier wurden unter anderem die Kriterien herausgearbeitet, die nach Ansicht von E-Commerce-Kunden eine umweltfreundliche Verpackung ausmachen. Die vier Top-Anforderungen lauteten: vollständige Recyclingfähigkeit, Plastikvermeidung, eine der Warengöße angemessene Verpackung sowie ein hoher Recyclinganteil im eingesetzten Material. Gemessen an diesen Kriterien kann Wellpappe überzeugen: Sie punktet nicht nur mit einer komplett recycelbaren Rohstoffbasis, einem Recyclinganteil von durchschnittlich 80 Prozent und einem erfolgreichen Stoffkreislauf. Auch zu einem immer effizienteren Materialeinsatz trägt unsere Branche schon seit längerer Zeit bei. Gemeinsam mit Industrie und Handel entwickeln wir mehr und mehr in dieser Hinsicht optimierte Verpackungen. Viel Luft zu verschicken, liegt nicht in unserem Interesse, denn je besser eine Verpackung auf die Ware abgestimmt ist, desto effektiver kann sie diese auch schützen.

Eine weitere Verbraucherumfrage haben wir im Juli 2021 veröffentlicht. Hier hat das IFH KÖLN, Institut für Handelsforschung, die Einstellungen von Verbrauchern zu Wellpappen- und Mehrwegverpackungen im Versandhandel untersucht. Mehrweglösungen werden inzwischen von einigen Händlern als Option angeboten – und gelegentlich als die grundsätzlich umweltfreundlichere Wahl angepriesen. Verbraucher teilen diese Ansicht jedoch nicht, wie das IFH herausfand, sondern bevorzugen eindeutig Wellpappe. Ein für uns besonders interessantes Detail in den Umfrageergebnissen: Anhand vorgeschalteter Fragen hatte man die Teilnehmer in sogenannte Nachhaltigkeitstypen eingeteilt – und gerade die Gruppe der besonders umweltbewussten Verbraucher konnte sich am wenigsten für Mehrweg erwärmen. Sie verfügten nämlich über ein größeres Vorwissen in Nachhaltigkeitsfragen und waren sich daher auch der zusätzlichen Transportwege und aufwändigen Reinigungsprozesse bewusst, die mit Mehrweg verknüpft sind.

Zum Thema Mehrweg haben wir im Dezember 2021 noch eine weitere Analyse herausgegeben. Hierbei stand allerdings die CO₂-Bilanz verschiedener Versandverpackungen im Mittelpunkt. Umgesetzt wurde diese Untersuchung vom bifa Umweltinstitut anhand konkreter Verpackungsfälle, ebenfalls beteiligt war der Verband Die Papierindustrie. Ein zentrales Kernergebnis der bifa-Studie lautete: Ein grundsätzlicher Umweltvorteil, wie er für Mehrweglösungen gelegentlich behauptet wird, lässt sich nicht bestätigen. Vielmehr schnitten beispielsweise Wellpappenschachteln bei der Treibhausgasbilanz wegen ihres geringeren Gewichts besser ab als Mehrweg-Boxen aus Kunststoff.

IFH-Studie

bifa-Studie

<p>Insbesondere die Ergebnisse dieser jüngsten bifa-Studie sind für uns eine wichtige Argumentationshilfe bei der Fortsetzung unseres Dialoges mit der Politik. Seit Dezember letzten Jahres sehen wir uns mit einer neuen Bundesregierung und drei Koalitionspartnern einer gänzlich neuen Konstellation gegenüber. Dies macht den Austausch mit den für uns relevanten politischen Entscheidungsträgern anspruchsvoller und komplexer. Wir führen diesen Dialog jedoch in der vollen Überzeugung, dass wir hier als Branche auch viel Expertise anzubieten haben: Denn wir stehen für ein Produkt auf Basis nachwachsender Rohstoffe mit einem hohen Recyclinganteil und einem auch in der Bevölkerung breit akzeptierten und zuverlässig funktionierenden Stoffkreislauf.</p>	<p>Politischer Dialog in neuer Konstellation</p>
<p>Ein weiterer Punkt, den ich ansprechen möchte, ist ein umfassender Wandlungsprozess unserer Kommunikation, den wir bereits 2021 eingeläutet haben und der in diesem Jahr auch optisch immer stärker nach außen getragen werden wird. Im Januar 2022 fiel der offizielle Startschuss für die Zusammenarbeit mit einer neuen Agentur, die unter anderem das Corporate Design des VDW vollständig überarbeiten wird. Wer uns auf unseren Social-Media-Kanälen LinkedIn, Xing, Instagram oder Twitter folgt, konnte dort schon seit Februar Veränderungen beobachten. Hierbei handelt es sich um erste kleine Previews. Unser neues Design wird im Laufe des Jahres nach und nach in die gesamte Bandbreite der VDW-Kommunikation überführt werden. Auch unseren Website-Relaunch gehen wir jetzt gemeinsam mit unserem neuen Agenturpartner an. Bei der neuen Struktur legen wir dabei Wert auf eine deutlich intuitivere Navigation und somit schnellere Auffindbarkeit unserer Informationen, von der auch Sie bei Ihrer Arbeit sicherlich profitieren werden.</p>	<p>Veränderungen in der VDW-Kommunikation</p>
<p>Ebenfalls in die digitale Kommunikation fallen die VDW-Webinare, die der Verband 2021 als neues Format eingeführt hat. Dies war nicht nur durch die anhaltende pandemische Lage bedingt, sondern tatsächlich eine bewusste Entscheidung für einen direkteren Draht zu den Kunden der VDW-Mitglieder. Bislang wurden drei entsprechende Online-Veranstaltungen umgesetzt, die bei Industrie, Handel und auch Mitgliedsunternehmen auf sehr reges Interesse gestoßen sind. Wir nutzen diesen Kommunikationskanal, um mit starkem Fokus auf Nachhaltigkeit anhand neuer Studien und strukturiert aufbereiteter Schwerpunktthemen gezielt über die Vorteile von Wellpappe zu informieren. Hierbei setzen wir auch auf renommierte externe Referenten, die den Teilnehmern im Anschluss an ihre Vorträge für Fragen zur Verfügung sehen. Dieser dialogorientierte Teil der Online-Seminare gibt umgekehrt auch uns als Branche zusätzliche wertvolle Impulse, die in die Planung künftiger Aktivitäten einfließen.</p>	<p>Neues Format: Webinare</p>

Mit dem Stichwort „dialogorientiert“ möchte ich meine Ausführungen an dieser Stelle jetzt abschließen. Ich bedanke mich herzlich für Ihre Aufmerksamkeit – sehr gerne treten wir jetzt mit Ihnen in Dialog und beantworten Ihre Fragen.