

Zunehmender Export - steigender Absatz Wellpappenindustrie wächst kontinuierlich weiter

Wellpappe wächst weiter - auch im vergangenen Jahr konnte die deutsche Wellpappenindustrie ihre Erfolgsgeschichte fortsetzen. Der zunehmende Export bescherte einen steigenden Absatz, aber auch die Nachfrage der Discounter sowie des Internet-Versandhandels sorgten für einen hohen Bedarf am Packstoff mit der Welle.

Gestiegener Absatz bei sinkenden Renditen: Die rote Null steht

Der Absatz der Branche stieg im vergangenen Jahr um 3,2 Prozent und betrug absolut gesehen 7,6 Milliarden Quadratmeter; in Tonnen gerechnet betrug die Steigerung 3 Prozent. Der Absatz lag 2005 bei 4 Millionen Tonnen, die Wellpappenhersteller haben über 200 Millionen Quadratmeter mehr verkauft als 2004. Das Bemerkenswerte an dieser Entwicklung: Der Mengenzuwachs konnte in einem eher schwachen konjunkturellen Umfeld erzielt werden, denn das gesamtwirtschaftliche Wachstum in 2005 betrug lediglich 0,9 Prozent.

Bei der Betrachtung der Umsatzentwicklung ergibt sich ein anderes Bild: „Hier sind wir mit einem Plus von 0,3 Prozent nahezu auf dem selben Niveau wie 2004“, erklärt Norbert Julius, Vorsitzender des Verbandes der Wellpappen-Industrie e.V. Die Unternehmen haben zwar mehr Produkte verkauft, aber kaum mehr Geld eingenommen. Ein Grund dafür sind die im Durchschnitt sinkenden Verkaufspreise für Wellpappe; in den letzten zwei Jahren ist das Preisniveau um rund 7 Prozent gesunken, allein in 2005 um drei Prozent. Das hat seinen Einfluss auf die Rendite: „Die Wellpappenindustrie kommt trotz Wachstum zum zweiten Mal in Folge über eine rote Null nicht hinaus“, so Julius weiter.

Drei Gründe für das Wachstum der Wellpappenindustrie

Das Wachstum der Wellpappenindustrie im Gegensatz zur Entwicklung der deutschen Wirtschaft hat in erster Linie drei Gründe: Zum einen fragen die deutschen Discounter, die ihren Marktanteil zwischen 2000 und 2005 von 32,1 auf 40,8 Prozent gesteigert haben, mehr Wellpappe nach. Sie nutzen die Verpackung strategisch und benötigen hochwertige Trays und Kartons, die sie als „stille Verkäufer“ am Point of Sale einsetzen. Zum anderen hatte der deutsche Export mit einem Plus von 7,5 Prozent in 2005 einen wichtigen Einfluss auf den Branchenabsatz. Rund 30 Prozent

davon wird für Exportgüter benötigt, sodass sich die gute „Exportkonjunktur“ entsprechend positiv auswirkte.

Neben Außenhandel und Discounter-Wachstum haben eBay und der Internet-Versandhandel die Wellpappennachfrage befördert – ein Effekt, der zwar deutlich, aber statistisch nicht genau zu erfassen ist. Allein bei der Deutschen Post World Net gehen rund ein Fünftel aller eingelieferten Privatkundenpakete auf eBay-Transaktionen zurück. Da dieser Bereich nicht nur wächst, sondern auch zunehmend professionelle Handelsstrukturen annimmt – etwa durch „Powerseller“ – entsteht hier ein zusätzlicher Bedarf an Transportverpackungen, der sich positiv auf den Wellpappenabsatz auswirkt.

Kostensteigerungen belasten die Industrie

Die positiven Entwicklungen beim Absatz werden durch Kostensteigerungen in der Wellpappenindustrie getrübt. Zwar konnte man bei den Papierpreisen, dem wichtigsten Kostenfaktor, eine leichte Entspannung im Jahresdurchschnitt feststellen. Dennoch sind gegen Jahresende die Papierpreise erneut gestiegen und der VDW rechnet in 2006 mit insgesamt deutlich höheren Preisen. Daneben haben hohe Energiekostensteigerungen um 15,5 Prozent sowie höhere Frachtkosten aufgrund von Kraftstoffpreisen und Maut die Wellpappenindustrie im vergangenen Jahr belastet. „Leider werden wir auch in 2006 weitere Steigerungen bei diesen Kostenblöcken verzeichnen müssen“, betont Norbert Julius. „Auch Preisanstiege für Wellpappe, die durch notwendige Nachholeffekte eventuell deutlicher als gewöhnlich ausfallen, sind sicherlich im Bereich des Wahrscheinlichen.“

Binnenkonjunktur und Mehrwertsteuer: Die Aussichten für 2006

Die Aussichten für das laufende Jahr sind positiv. „Für 2006 erwarten wir eine gute Mengenentwicklung, ein starker Januar bestätigt unsere optimistische Einschätzung“, betont Norbert Julius. Der VDW hat für 2006 einen Marktzuwachs in Deutschland von 3,5 Prozent prognostiziert. Grund für diesen Optimismus ist auch die Erhöhung der Mehrwertsteuer um drei Prozent in 2007. Dies wird einen „Vorzieheffekt“ beim privaten Endverbraucher verursachen, der dann insbesondere langlebige Konsumgüter kaufen wird, die in Wellpappe verpackt sind. „Sollte es zu einer Steuererhöhung kommen, haben wir aber ein neues Problem: Dann

wird das Jahr 2007 für die deutsche Wirtschaft äußerst schwierig“, so Julius.

* * *

