

Stabiles Wachstum der europäischen Tubenindustrie in 2017

Mit einer Gesamtproduktion von 10,5 Mrd. Tuben im Jahr 2017 setzten die in der etma – European Tube Manufacturers Association – zusammengeschlossenen Unternehmen ihren stabilen Erfolgskurs fort und erzielten einen Produktionszuwachs von 2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Insgesamt stehen die Mitgliedsfirmen der etma damit für rund 70 Prozent der gesamten europäischen Tubenproduktion.

„Damit bilden die von unseren Mitgliedern gemeldeten Zahlen den europäischen Gesamtmarkt ziemlich zuverlässig ab“, wie etma-Generalsekretär Gregor Spengler erläutert. „So sehen wir die Marktanteile von Laminattuben mit etwa 37 Prozent und von Aluminium mit rund 36 Prozent nahezu gleichauf. Die restlichen 27 Prozent an der europäischen Tubenproduktion entfallen auf Kunststofftuben.“

Nach wie vor der größte Absatzmarkt in Europa und zugleich wichtiger Wachstumstreiber ist der breit gefächerte Kosmetiksektor. Er nimmt allein rund 45 Prozent der produzierten Tuben auf. Es folgen mit jeweils 21 Prozent Markanteil Tuben für Zahnpasta und Tuben für den pharmazeutischen Bereich. Aber auch der Lebensmittelsektor mit 8 Prozent und das Segment der Haushaltsprodukte mit 5 Prozent Anteil an der Tubenproduktion stellen zukunftsträchtige Märkte dar, deren Chancen längst noch nicht ausgereift sind.

Etma Präsident Oliver Höll blickt insgesamt mit Zuversicht auf die weitere Entwicklung im Jahr 2018: „Solide Auftragseingänge, eine robuste Konjunkturlage in Europa sowie zahlreiche neue und innovative Projekte mit Kunden sind die ausschlaggebenden Gründe für die positive Grundstimmung bei den Tubenproduzenten. Die Entwicklung neuartiger Verschluss- und Spendersysteme für die Tube, eine merklich zunehmende Customization und eine Fülle aufwändiger Dekorationstechniken sorgen für zusätzliche Impulse im Markt, beflügeln die Nachfrage und geben der Tubenindustrie begründeten Anlass für Optimismus.“

Zwar freut sich die Branche derzeit über die stabile Nachfrage und über volle Auftragsbücher. Jedoch führt das auch – je nach Tubendurchmesser – zu vergleichsweise langen Lieferzeiten, die eine echte Herausforderung darstellen. Ungebrochen ist zudem der seit mehreren Jahren anhaltende Trend zu immer kleineren Losgrößen, der bei den Tubenherstellern kosten- und zeitintensiven Umrüstungsaufwand verursacht und somit eine optimale Linienauslastung erschwert. Zudem haben die Tubenproduzenten mit gestiegenen Kosten für Aluminium, Lacke, Druckfarben und Transportdienstleistungen zu kämpfen, die die ansonsten gute Stimmung etwas trüben.

Oliver Höll zeigt sich aber überzeugt, dass die etma-Mitgliedsunternehmen mit ihrer Kreativität, mit Prozessoptimierungen und ihrer Innovationskraft auch diese Herausforderungen meistern werden. Insgesamt sei die Branche sehr gut aufgestellt und deshalb zu Recht positiv gestimmt. Denn die Märkte entdeckten zunehmend die hervorragenden Eigenschaften des Packmittels Tube und ihre zahlreichen Vorteile gegenüber anderen Verpackungsalternativen: „Die Kunden und auch die Verbraucher honorieren mehr und mehr die exzellente Funktionalität und Verbraucherfreundlichkeit der Tube sowie ihre

überzeugende Nachhaltigkeit. Sie schätzen dabei den hervorragenden Produktschutz und die hohen Hygienestandards der Tube. Im täglichen Gebrauch überzeugt die Tube darüber hinaus durch ihre einfache Handhabung, die exakte Portionierung und die präzise Applikation des Füllgutes. Dazu kommt dann noch ihre Leichtigkeit und Wiederverschließbarkeit sowie ihre überzeugende Ressourceneffizienz, die in der heutigen Zeit immer wichtiger wird.“

Ansprechpartner:

Georg Grumm
Information und Kommunikation

Gesamtverband der Aluminiumindustrie e.V.
Phone: + 49 211 47 96 160
E-mail: georg.grumm@aluinfo.de