

COVID19-Krise lässt bei Aluminiumverpackungen das Label „Made in Germany“ in neuem Glanz erstrahlen

In der Aluminiumindustrie sind einige Märkte, wie zum Beispiel die Automobilindustrie, von der Corona-Krise bis ins Mark getroffen worden, so dass es dort zu äußerst schmerzhaften Auftragseingangs- und Umsatrzückgängen kam. Jedoch gab es aus anderen Absatzmärkten der Aluminiumindustrie auch positive Nachrichten, wie der Gesamtverband der Aluminiumindustrie e. V. (GDA) berichtet.

So präsentierte sich die Aluminiumverpackungsindustrie aufgrund lebhafter Nachfrage aus dem Getränke-, Lebensmittel- und Pharmabereich auch in der Krise robust. Dabei konnte auch die rückläufige Nachfrage aus traditionellen und insbesondere hochpreisigen Kosmetiksegmenten streckenweise durch die boomende Nachfrage nach Hygieneprodukten wie Desinfektionsmittel kompensiert werden.

Die deutschen Hersteller von Aluminiumverpackungen berichten nach anfänglich auftretenden Beeinträchtigungen im grenzüberschreitenden Warentransport über reibungslos funktionierende Lieferketten beim Warenein- und -ausgang. So kam es in keiner Phase der Corona-Krise zu einer Unterversorgung mit Aluminium, Druckfarben, Lacken, Verschlüssen und fertigen Verpackungen. „Hier hat sich das Qualitätslabel „Made in Germany“ mal wieder nachdrücklich bestätigt und für ein Höchstmaß an Kundenzufriedenheit gesorgt“, so Johannes Schick, Vorsitzender des GDA-Fachverbandes Tuben, Dosen und Fließpressteile.

In einigen Fällen konnten die deutschen Hersteller, wo die Corona-Krise auch dank einer tatkräftigen Unterstützung durch Wirtschaftsverbände und Politik bislang gut gemeistert wurde, für Hersteller aus anderen Ländern einspringen und die Kunden in diesen schwierigen Zeiten mit Qualitätsprodukten beliefern. Hier waren neben einer flexiblen und maßgeschneiderten Produktionsplanung in den Unternehmen auch insbesondere jene Verbandsaktivitäten hilfreich, die letztlich zu der Bestätigung des zuständigen Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft führten, dass Verpackungen ein essentieller Bestandteil der systemrelevanten Lebensmittelversorgung der deutschen Bevölkerung sind. „Die Unterstützung des GDA war für uns bei den intensiven Diskussionen auf Landes-, Kreis- und Gemeindeebene von großem Wert, weil auch dadurch ein reibungsloser Betrieb in Krisenzeiten sichergestellt werden konnte“, betont Johannes Schick.

Die erfreuliche Kundennachfrage in den ersten vier Monaten dieses Jahres ist jedoch mittlerweile in einigen Marktsegmenten einer deutlich verminderten Ordertätigkeit gewichen. Die bei den Kunden aufgebauten Lagerbestände, die sinkende Nachfrage nach Kosmetikprodukten aus Teilen Europas und bedeutenden Exportmärkten wie den USA und Lateinamerika, wo die Krise erst zeitverzögert ihre verheerenden Wirkungen zeigte, lassen zahlreiche Kunden vorsichtiger agieren.

Johannes Schick blickt deshalb mit leicht gedämpftem Optimismus auf die nächsten Monate: „Wir hoffen, dass der nun einsetzende Lagerabbau bei den Kunden, das geänderte Konsumverhalten in einigen Kermärkten sowie schwächernde Exportmärkte nur eine vorübergehende Erscheinung sind und nicht negativ auf die Auslastung der Produktionskapazitäten deutscher Hersteller durchschlagen.“

Ansprechpartner:

Georg Grumm
Gesamtverband der Aluminiumindustrie e. V. (GDA)
T +49 211 4796-160
E georg.grumm@aluinfo.de