

Aluminiumtuben- und Aerosoldosenhersteller mit der Nachfrage im Jahr 2022 insgesamt zufrieden

Verschärfter Fachkräftemangel erfordert neue Konzepte

Düsseldorf, 23. Januar 2023

Unterschiedliche Entwicklungen bei Aluminiumtuben und Aerosoldosen

Die im Fachverband Tuben, Dosen und Fließpressteile des Aluminium Deutschland e. V. organisierten Hersteller von Aluminiumtuben und Aerosoldosen sind mit ihren Ablieferungen in den deutschen Markt im Jahr 2022 insgesamt zufrieden.

Bei Aluminiumtuben führte eine schwächere Nachfrage zum Ende des Jahres 2022 zwar zu einem leichten Rückgang der Ablieferungen um 2 Prozent. Dennoch ist das Gesamtvolumen von 765 Millionen Einheiten angesichts der herausfordernden Wirtschaftslage ein durchaus respektables Ergebnis. Die Ablieferungen von Aluminium-Aerosoldosen erfreuten sich im Jahr 2022 sogar einer kräftigen Zunahme um 15 Prozent auf 573 Millionen Dosen.

Bei Tuben fiel der Rückgang der Ablieferungen insbesondere aufgrund einer regen Nachfrage aus dem pharmazeutischen Sektor moderat aus, während der Lebensmittel- und Haushaltssektor hinter den Erwartungen zurückblieb. Bei Aerosoldosen konnte vor allem der mengenmäßig dominierende Markt für Deodorants überzeugen. Aber auch die zufriedenstellende Nachfrage nach Haarpflegeprodukten konnte zum guten Gesamtergebnis beitragen.

Nachhaltigkeit und Energie nach wie vor oben auf der Agenda

Das Thema Nachhaltigkeit bleibt neben der im Jahr 2022 bedrohlichen Energiepreisentwicklung ein zentrales Thema in der Branche. Aluminiumverpackungen sind in puncto Nachhaltigkeit aufgrund ihrer überzeugenden Materialeigenschaften, die optimalen Produktschutz gewährleisten, und ihrer exzellenten Recyclingfähigkeit sehr gut aufgestellt.

Bei den Energiepreisen hat sich mittlerweile zwar eine leichte Beruhigung der Lage eingestellt, aber die Situation dürfte aufgrund der weiterhin unsicheren weltpolitischen Situation insgesamt volatil und ein Stück weit unberechenbar bleiben. Zudem kommen Energiepreisrückgänge erst mit einer merklichen Verzögerung in der Industrie und bei den Verbrauchern an. Weitere Energieeinsparungen werden also auch im Jahr 2023 eine zentrale Aufgabe der Betriebe bleiben; zumal nicht damit zu rechnen ist, dass die Energiepreise jemals wieder auf das Vor-Krisen-Niveau zurückkehren werden.

Fachkräftemangel als eine der größten Herausforderungen

„Eine der größten Herausforderungen der nächsten Jahre wird der eklatante Fachkräftemangel sein“, weiß der Fachverbandsvorsitzende Clemens Behrenbruch. „Das Arbeiten an der Produktionslinie im Schichtdienst ist bei den Nachwuchskräften der sogenannten „Generation Z“ nicht populär.“

Hier gilt es, durch innovative Unternehmensführungs-, Produktionsplanungs- und Mitarbeiterkonzepte die Attraktivität eines modernen, Sinn stiftenden und krisensicheren Arbeitsplatzes in der nachhaltigen Aluminiumverpackungsindustrie zu steigern. Dazu gehört auch, dass weiterhin kontinuierlich an der Verbesserung des Images von Verpackungen gearbeitet wird, die von weiten Teilen der Bevölkerung nach wie vor zu Unrecht auf den Abfallgedanken reduziert werden. Nur so wird die Branche im regen Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte bestehen können.“

Aussicht auf das Jahr 2023 mit vielen Fragezeichen

Der vorhandene Auftragsbestand stimmt die Branche für das erste Quartal derzeit noch verhalten optimistisch. „Sollte sich die Verbraucherstimmung und die Nachfrage auf den FMCG Märkten aufgrund der in Deutschland erwarteten Rezession und des anhaltenden Kaufkraftverlustes jedoch eintrübenden, könnte sich die Lage ab dem zweiten Quartal 2023 verschlechtern. Stabilisierend könnte eine anhaltend gute Nachfrage aus dem Pharmasektor wirken. Für eine verlässliche mittelfristige Prognose gibt es jedoch aktuell noch zu viele Fragezeichen“, resümiert Behrenbruch.

Ansprechpartner:

Gregor Spengler

Aluminium Deutschland e. V. (AD)

T + 49 211 4796-144

gregor.spengler@alu-d.de