



**Nahrungsmittelmaschinen
und Verpackungsmaschinen**

Statement

Volker Kronseder

Vorsitzender der VDMA Fachabteilung Getränkemaschinen und Molkereitechnik

Vorsitzender des drinktec Fachbeirats

Wirtschaftspressekonferenz

anlässlich der drinktec 2017

München, 11. September 2017

Es gilt das gesprochene Wort!

Nachdem Herr Clemens den Maschinenbau insgesamt beleuchtet hat, berichte ich jetzt über die drinktec-relevanten Bereiche, - also die Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen einschließlich Getränketechnik.

Von Getränkeanbietern und Herstellern flüssiger Nahrungsmittel – Englisch liquid food - erwartet der Konsument zu Recht in jeder Hinsicht einwandfreie Produkte, viele Geschmacks- und Qualitätsvarianten sowie unterschiedliche Verpackungsarten und -größen. Geschmack und Qualität sind Sache des Anbieters. Aufgabe des Maschinenbaus ist es, diese Merkmale in Flasche, Dose oder Karton uneingeschränkt und zu vertretbaren Kosten zu sichern.

Der Konsument verlangt heute aber mehr als nur ein einwandfreies Produkt. Sie oder er wollen wissen, ob umwelt-schonend, nachhaltig und sozial korrekt produziert wird. Anderenfalls drohen Empörung oder shit-storm. Verfahrenstechnische Perfektion sichern wir Maschinenbauer mit individuellen Lösungen für jeden Kunden. Dabei überraschen wir selbst unsere Abnehmer häufig mit neuen kreativen Ansätzen für die gesamte Prozesskette. Denn in Deutschland sind Ingenieure, Software-Experten und Fachkräfte einfach Spitze.

Die Innovationsdichte und hunderte von Detailverbesserungen auf der drinktec sind der beste Beweis dafür. Als VDMA-

Vertreter ebenso wie als Vorsitzender des drinktec-Fachbeirates stimmt mich dieses Angebot sehr optimistisch für den Messeverlauf und das -ergebnis.

Neben dem technischen Vorsprung bei Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen, die wir intern NuV abkürzen, beschert uns auch der Markt Rückenwind. Wir müssen keinen Kodak-Moment befürchten: Wir werden nicht eines Tages feststellen müssen, dass unsere Maschinen überflüssig werden. Essen und Trinken haben ja neben der schlichten Notwendigkeit auch noch erfreuliche soziale und kommunikative Aspekte.

Die globalen Trends für das beständige Marktwachstum im Bereich Essen und Trinken halten seit Jahren an. Die Weltbevölkerung nimmt jährlich um mehr als die Einwohnerzahl der Bundesrepublik zu. Statt heute 7,2 werden bis 2050 rund 9,6 Milliarden Menschen auf der Erde leben, schätzen die Vereinten Nationen. Diese Organisation sagt auch voraus, dass statt heute gut die Hälfte bis 2050 zwei Drittel der Gesamtbevölkerung in städtischen Gebieten leben werden. Deutlich häufiger als die Landbevölkerung greifen Stadtmenschen zu verpackten Produkten. Obwohl regional immer wieder Rückschläge auftreten, gibt es weltweit gleichzeitig gute Fortschritte bei der Armutsbekämpfung. Die zunehmende Mittelschicht ist konsumfreudig, allen voran in der Region Asien/Pazifik.

Diese Ausgangslage spiegelt der dynamisch wachsende Weltmarkt für Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen wider. In unserem Maschinenbaubereich stieg der internationale Außenhandel 2016 auf 38 Milliarden Euro und lag damit 6 Prozent über dem Vorjahreswert. Deutschland lieferte mit 22 Prozent den Löwenanteil am Weltexport vor Italien mit 21 Prozent; mit großem Abstand folgen die USA und China. In Teilbereichen sind die deutschen Hersteller noch wesentlich besser unterwegs. So lieferten wir 2016 rund ein Drittel der weltweit exportierten Getränke-Verpackungsmaschinen und 54 Prozent der Brauereimaschinen. Bei Letzteren lag Mexiko als Abnehmerland erneut und mit Abstand an erster Stelle vor den USA.

Das sind keine fake-news, das kann man ruhig twittern; auf die US-Reaktion wäre ich gespannt. Allerdings muss man fairer Weise sagen, dass Großprojekte häufig zu statistischen Ausschlägen führen. Insgesamt gesehen sind die USA nach wie vor größter Absatzmarkt für deutsche Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen.

Dass wir unseren Platz 1 auf dem Weltmarkt weiterhin behaupten, zeigen die aktuellen Zahlen. Nach den ersten sieben Monaten 2017 liegt der Auftragseingang um real 5 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres. Für das Gesamtjahr 2017 gehen wir heute von etwa 4 Prozent Produktionszuwachs für den gesamten Fachzweig NuV aus.

Im vergangenen Jahr stieg der Produktionswert der rund 600 Branchenunternehmen um 2,4 Prozent auf 13,3 Mrd. Euro. Unter den 34 Fachzweigen des deutschen Maschinenbaus liegen wir damit seit Jahren auf Rang fünf. Im Vergleich zum gesamten Maschinenbau konnten wir allein in den vergangenen fünf Jahren unsere Produktion am Standort Deutschland deutlich überproportional um 15 Prozent steigern. Bei uns liegt die Exportquote im Schnitt bei 84 Prozent, die Auslandslieferungen gehen in über 100 Länder, manche Hersteller von Abfüll- und Verpackungstechnik sind in 150 Ländern unterwegs. Der Export stieg dadurch 2016 überproportional um 4 Prozent auf 8,3 Milliarden Euro. Die Lieferungen allein an die in- und ausländische drinktec-Zielgruppe Getränkeanbieter und Liquid-Food-Industrie sind durch statistische Gegebenheiten nicht auf die Kommastelle genau zu ermitteln. Wir schätzen diesen Wert auf insgesamt rund 6 Milliarden Euro.

International gesehen und ebenso für die deutschen Anbieter ist Europa mit rund 50 Prozent Anteil die wichtigste Absatzregion. Die EU-Länder allein nehmen 33 Prozent der deutschen Exporte auf, dann folgen Asien mit 22 und Nordamerika mit 13 Prozent. Nach Abnehmerländern gewichtet stehen - wie bereits gesagt – die USA an erster Stelle vor Frankreich, China, Vereinigtes Königreich, Polen und Russland. Durch wirtschaftliche oder andere Faktoren ändert sich diese Reihenfolge von Jahr zu Jahr. Generell erwarten wir, dass einzelne Länder in Asien, Lateinamerika und Afrika an Gewicht

gewinnen werden. So zeigten schon 2016 die Exporte in die Republik Südafrika, nach Nigeria, Iran, Indien und Mexiko bisherige Höchststände.

In diesen Ländern und weltweit wird mehr getrunken. Laut Euromonitor kauften die Verbraucher 2016 rund 1,1 Billionen Liter verpackte Getränke. Die jährliche Steigerungsrate von knapp 3 Prozent erwarten die Marktforscher auch in den kommenden Jahren. Den Regionen Afrika/Mittlerer Osten und Asien/Pazifik attestiert Euromonitor weiterhin überdurchschnittliche Zuwächse, während der Absatz in den gesättigten Märkten nur wenig steigen wird. Für uns bleiben die Industrieländer gleichwohl starke Abnehmer. Durch den Wettbewerbsdruck kommen hier Innovationen und individuellere Produkte auf den Markt, und das zieht Investitionen in den Maschinenpark nach sich.

Abgefülltes Wasser – manchmal das einzige Trinkwasser – hat mit 30 Prozent bereits heute den größten Anteil am Getränkeverbrauch. Dieser Anteil wird durch erwartete jährliche 5 Prozent Plus für Wasser künftig weiter steigen. Kohlensäurehaltige Erfrischungsgetränke und alkoholische Getränke kommen auf Zuwachsraten zwischen 1 und 2 Prozent. Bei Letzteren ist Bier mit 80 Prozent nach wie vor der Favorit. Bier schmeckt weltweit, Craft-Biere erfreuen sich zunehmender Beliebtheit, auch bei uns. Trotz geringerem Ausstoß treten die Craft-Brauer bei uns durchaus als anspruchsvolle Kunden

für Maschinen mit kleinerer Leistung auf. Sie sind experimentierfreudig, kreativ und aufgeschlossen gegenüber neuen Geschmackserlebnissen. Ein Beispiel: Die Wissenschaft hat ja für den zuvor unerklärlich hohen Tomatensaftkonsum in Flugzeugen die geschmacksfördernde Wirkung der Druckverhältnisse in der Kabine ausgemacht. Seit kurzem serviert nun eine Fluggesellschaft ein Craft-Beer, dessen Geschmackskomponenten sich auf 35.000 Fuß Höhe bestens entfalten sollen.

Am Wasserverbrauch liegt es, dass heute ein Drittel aller Getränkeverpackungen aus Kunststoff ist, gefolgt von Glas, Dose und Karton. Bei gleicher Stabilität sind die PET-Flaschen inzwischen wahre Leichtgewichte, die sich gut recyceln lassen. Der Werbebegriff „unkaputtbar“ stimmt hier genau genommen nicht mehr. Schon der Rücknahmeautomat schredert die Flasche geräuschvoll. Die Recyclinganlage sorgt dann dafür, dass wieder neue Flaschen aus den PET-Flakes geblasen werden können.

Der IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen ermittelte allein für PET-Einweg-Pfandflaschen 98 Prozent Recyclingquote und für PET-Flaschen insgesamt 93,5 Prozent. Laut IK-Studien werden gut 80 Prozent des gebrauchten PET-Materials im Inland verwertet, die übrigen Mengen überwiegend im angrenzenden Ausland. Als erklärter Anhänger des Materialkreislaufs freue ich mich natürlich über diese Zahlen.

Bereits seit den 90er Jahren beschäftigen wir uns mit dem komplexen Thema Digitalisierung, das Industrie, Gesellschaft und Politik gleichermaßen verändern wird.

Stichworte sind hier Industrie 4.0, Internet der Dinge oder Big Data. Für die Abfüllbetriebe werden beherrschbare und sichere Systemen entwickelt, die einen durchgängigen Informationsfluss von Maschinen und Prozessen zum Menschen erlauben. Ziel sind sich selbst organisierende komplexe Produktionsabläufe samt Einbindung relevanter externer Daten. Früher hieß es in den Getränkeabfüllbetrieben: entweder schnell oder individuell. Durch die Digitalisierung rücken beide Forderungen eng zusammen – bis hin zu Losgröße 1. Der Getränke-Vermarktung eröffnet das völlig neue Wege.

In diesem Umfeld positioniert und profiliert sich die deutsche Getränketechnik weltweit als Leitanbieter für intelligente Bedien- und Assistenzsysteme, mit denen wir dem wachsenden asiatischen Wettbewerb einiges voraushaben.

Diese Datengewinnung unterstützt auch den sparsamen Verbrauch von Ressourcen. Bereits in der Vergangenheit konnten Energie- und Wasserverbräuche kräftig gesenkt werden, es geht aber immer noch ein Quäntchen mehr - ganz im Sinne der Nachhaltigkeit. Das zeigt das VDMA drinktec-Symposium zur Wassertechnik und zum Wassermanagement. Auf dem VDMA-Stand in Halle B3 kommt selbstverständlich auch

Industrie 4.0 zum Zuge. Zusammen mit Partnern aus der Forschung werden Projekte gezeigt, in deren Mittelpunkt Individualisierung, Kommunikation und Vernetzung, künstliche Intelligenz und selbstlernende Systeme stehen.

Ich lade Sie ein, sich auf dem VDMA-Stand umzuschauen. Es lohnt sich. Sie betrachten dann vielleicht eine simple Flasche mit anderen Augen. Beim Augenschein allein muss es aber nicht bleiben. Bei uns gibt es das speziell gebraute Jubiläumsbier „125 Jahre VDMA“, und zwar aus einer Flasche mit eigens entworfenem Etikett.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Jetzt zu Dr. Pfeifer, der meinen Messeoptimismus teilt.