

Unternehmensprofil

GVM - Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH

Zuverlässige Zahlen für zukunftsweisende Entscheidungen

B2B-Marktforschung mit Schwerpunkt Verpackung

Als B2B-Marktforschungsunternehmen haben wir uns auf das Themenfeld Verpackungen spezialisiert. Aufgrund langjähriger Expertise und kontinuierlicher Datenerhebung können wir Ihnen in diesem Bereich zuverlässige Zahlen liefern - als Grundlage für zukunftsweisende Entscheidungen aller Art.

Wir bilden den **deutschen Markt** umfassend ab und führen Auftragsstudien für den **europäischen Markt** durch.

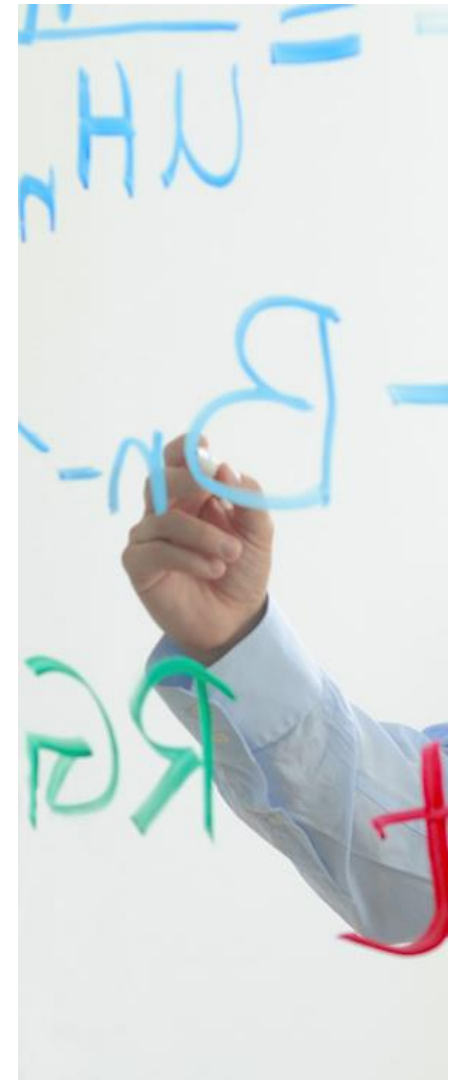
Unsere **Kernkompetenzen** sind:

- > Verpackungskompetenz - Analyse der Stoffströme Verpackungen von der Herstellung bis zur Entsorgung bzw. Recycling
- > Verpackungsmärkte - Analyse von Absatzstrukturen, Marktsegmenten, Distribution, Markt- und Wettbewerbsanalysen
- > Prognosen - Trendanalysen, Wachstumschancen, Marktprognosen, Substitutionspotenziale
- > Wertstoffgesetz und VerpackV in Deutschland und Österreich, speziell im marktforscherischen Zusammenhang Verpackung/Nichtverpackung, Anfallstellen, Einweg/Mehrweg u. v. m.

Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir die für Ihre Fragestellung optimale Form einer Studie. Gerne unterstützen wir Sie auch in der Vorbereitung Ihrer Entscheidungen und begleiten Sie auch in der Umsetzung.

Ein wichtiges Merkmal unseres Geschäfts ist die **Unabhängigkeit** von Wirtschaft, Verbänden und Politik.

Als **inhabergeführtes Unternehmen** berät die GVM Sie unbeeinflussbar und souverän.



Datenbankauswertungen

Auswertungen unserer hauseigenen Datenbanken sind schnell und kostengünstig durchführbar. Aufgrund herausragender Aktualität und Informationstiefe erzielen Sie damit wertvolle Erkenntnisse - auch ohne aufwändige Primärerhebungen.

Auftragsstudien

Aufgaben, die nicht alleine auf Basis der GVM-Datenbanken lösbar sind, erledigen wir gerne individuell - mit Hilfe der für Ihren Anspruch am besten geeigneten Methode. Ergebnisse von Auftragsstudien stehen Ihnen in der Regel exklusiv zur Verfügung.

Beratung/Expertisen

Wir liefern zuverlässige Zahlen, damit Sie zukunftsweisende Entscheidungen treffen können. Durch langjährige Erfahrung mit unterschiedlichsten Aufgabenstellungen besitzen wir exzellente Branchenkompetenz, von der Sie im Rahmen unserer Beratungs-Services profitieren können.

Multi-Client-Studien

Die interessante Alternative, wenn Sie hochwertige Ergebnisse bei reduziertem Kostenaufwand brauchen. GVM Multi-Client-Studien werden in regelmäßigen Abständen aktualisiert, wodurch sich zuverlässige Trends ableiten lassen. Optional können bei der jährlichen Aktualisierung spezielle Wünsche berücksichtigt werden.

Lieferbare Studien

Die GVM Vertriebsstudien behandeln Themen zu abgegrenzten Märkten und sind die schnelle und kostengünstige Lösung, wenn eines dieser Themen auch Ihres ist. Sie werden ohne direkte Mitwirkung unserer Kunden erstellt.

Detaillierte Informationen rund um unsere Leistungen finden Sie unter <http://www.gvmonline.de/leistungen>.

Um Ihre Fragestellung möglichst umfassend und zuverlässig zu beantworten, nutzen wir alle zur Verfügung stehenden Marktforschungs-Instrumente und -Methoden:

Primärforschung

Befragungen, Expertengesprächen, Workshops, Unternehmensbesuchen, Store-Checks, Testkäufe, Panelerhebungen ...

Sekundärforschung

Amtliche Statistiken, Veröffentlichungen marktrelevanter Institutionen und Firmen, betriebsinterne Quellen, unser umfangreiches Studien- und Zeitschriftenarchiv, Internetresearch unter Nutzung professioneller Datenbanken ...

Datenanalyse

Bewertung der Datenqualität, Vergleich von Definitionen und Erhebungsmodalitäten unterschiedlicher Datenquellen, systematischer Vergleich von Daten und Informationen, Erklärung von Widersprüchen, Selektierung, Informationsverdichtung/Aggregation, Abhängigkeiten und Korrelationen ...

Prognosen

Zeitreihenanalysen, Trendexploration unter Berücksichtigung von soziodemographischen Faktoren, rechtlichen Rahmenbedingungen, Verbraucherverhalten, technischen Trends ...

Detailliertere Informationen zum Thema Marktforschung bei GVM finden Sie unter <http://www.gvmonline.de/IMarktforschung> .

Außerdem liefert die **GVM Datenbank Marktmenge Verpackungen** einen umfassenden Überblick über den Verpackungseinsatz und -verbrauch in Deutschland. Sie bildet zahlreiche Parameter ab - beispielsweise Füllgutsegmente, Messgrößen und die Anfallstellen-Struktur. Weitere Grundlage vieler Forschungen ist die **GVM Datenbank Verpackungsmuster**, die Verpackungsdaten getrennt nach einzelnen Bestandteilen aufnimmt und zurzeit ca. 20.000 Datensätze enthält.

Weitere Informationen zu unseren Datenbanken können Sie sich unter <http://www.gvmonline.de/datenbanken> herunterladen.

B2B- Primärmarktforschung	Befragungen	Andere Erhebungen	
	<ul style="list-style-type: none"> • (Standardisierte) Befragungen (schriftlich, telefonisch) • Persönliche Interviews (face-to-face) • Expertengespräche • Ad-hoc-Befragungen • Panel-Erhebungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Feldbeobachtungen (Store-Checks) • Testkäufe • Messungen (Größen, Gewichte, Material etc. von Packmitteln) • Workshops • Messebesuche 	
Sekundärmarktforschung	Exklusive GVM-Quellen	Externe Datenbanken	Allgemeine Medienquellen
	<ul style="list-style-type: none"> • DB Marktmenge Verpackungen Deutschland / Österreich • DB Verpackungsmuster • GVM-Studien wie Recycling-Bilanz • GVM-Verpackungspanel 	<ul style="list-style-type: none"> • Adressverlage • Recherche in Wirtschafts- und Unternehmensdatenbanken (Bureau van Dijk, Hoppenstedt, GBI, Bundesanzeiger u.a.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fachzeitschriften • Fachbücher • Tageszeitungen • Wirtschaftszeitungen und -zeitschriften • Internetportale
	Öffentliche Quellen	Unternehmensinformationen	Branchenquellen
	<ul style="list-style-type: none"> • Statistische Ämter <ul style="list-style-type: none"> – Destatis / Eurostat • Behörden / Ministerien <ul style="list-style-type: none"> – Umweltbundesamt (UBA) – BMUB, LAGA, BMWi • Andere Organisationen (NGOs etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäfts- und Finanzberichte, Bilanzen • Internetauftritte • Verkaufskataloge, Prospekte, Preislisten, Broschüren • Produktbeschreibungen • Betriebsstatistiken 	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftsverbände und Kammern • Branchenanalysen von Banken etc. • Auswertungen / Studien von Marktforschungs- und Beratungsunternehmen (GfK, Nielsen, IRI u.a.) • Wirtschaftsinstitute (Ifo, DIW u.a.)

Die **DB Marktmenge Verpackungen** ist ein zentrales Instrument der GVM und liefert einen umfassenden Überblick über den Verpackungseinsatz und -verbrauch in Deutschland für die letzten 15 Jahre. Anzahl der Datensätze pro Jahr ca. 30.000.

STRUKTURIERUNG DES MARKTES NACH PRODUKTEN

Füllgüter ca. 1.100 Einzelsegmente, seit 1990 erfasst und regelmäßig ergänzt entsprechend der Marktentwicklung (neue Produkte oder Produktvarianten) und zunehmender marktforscherischen Durchdringung (neue Untersuchungsgebiete).

Produktgruppen Zusammenfassungen der Füllgutsegmente zu Produktgruppen (20 bis 80, je nach Fragestellung)

PACKMITTEL

Nennfüllgröße in Kilogramm, Liter, Stück, m² ...

Materialgruppe Glas, Papier, Kunststoff, Weißblech, Aluminium, Verbunde, Holz etc.

Packstoff HDPE, LDPE, PP, PS, PET, ABS / Papier, Karton, Wellpappe, Faserguss etc.

Form Schachtel, Becher, Flasche, Beutel, Sortiereinsatz, Wickler, Verschluss etc.
(neben dem Hauptpackmittel auch Etiketten, Verschleißmittel, Mehrstückverpackungen etc.)

Verpackungsstufe Primärverpackung, Sammelverpackung, Transportverpackung etc.

Einweg/Mehrweg Einweg, Mehrweg, bepfandete Einweg-Getränkeverpackungen

Messgrößen Masse, Fläche, Nennfüllgröße, Randvollvolumen

ANFALLSTELLEN NACH VERPACKV

Anfallstellen Handel (§ 4 VerpackV), Großgewerbe (nach § 7 VerpackV); privater Endverbraucher (§ 6 VerpackV)

MARKTMENGEN

Datenverfügbarkeit Jährlich, Zeitreihen: mindestens 10 Jahre

Marktebene Inlandsabfüllung, Import, Export, Inlandsverbrauch

Verpackte Füllmenge in Tonnen, 1.000 Liter etc.

Packmittel Anzahl (in 1.000 Einheiten), Fläche (in 1.000 qm), Masse (in Tonnen)

Eine weiteres Instrument für GVM-Auswertungen ist die **DB Verpackungsmuster**, die Verpackungsdaten getrennt nach einzelnen Bestandteilen aufnimmt und zurzeit 20.000 Datensätze enthält.

PRODUKTDATEN	
Produkt	Verkehrsbezeichnung / zusätzliche Angaben des Herstellers Strukturiert nach ca. 1.100 Einzelsegmenten und 60 Produktgruppen
Produktvariante	Besonderheiten der Produktausprägung (z.B. Konsistenz / Darreichungsform / Art der Anwendung)
Produktpreis	Endverbraucherpreis einschl. MwSt.
Datum	Zeitpunkt des Kaufs
HERSTELLER / VERTREIBER	
Vertreiber	Handelsunternehmen, Direktvertrieb etc.
Hersteller	Abfüllendes Unternehmen
Marke	Markenname (auch Handelsmarken)
Herkunft	Deutschland / Import
VERPACKUNG - wird getrennt nach den einzelnen Packmittel und Packhilfsmitteln erfasst	
Nennfüllgröße	in ml, g, Stück, m ² ...
Materialgruppe	Glas, Papier, Kunststoff, Weißblech, Aluminium, Verbunde, Holz etc.
Packstoff	HDPE, LDPE, PP, PS, PET, ABS, PA/PE, PET/PE; Chromokarton, Wellpappe, Faserguss etc.
Form	Schachtel, Becher, Flasche, Beutel, Sortiereinsatz, Wickler, Verschluss etc. (neben dem Hauptpackmittel auch Etiketten, Verschießmittel, Mehrstückverpackungen etc.)
Verpackungsstufe	Primärverpackung, Sammelverpackung, Transportverpackung etc.
Einweg/Mehrweg	Einweg, Mehrweg, bepfandete Einweg-Getränkeverpackungen
Packmittelhersteller	soweit ermittelbar
Messgrößen	Masse, Fläche, Flächengewicht, Nennfüllgröße, Abmessungen

Veröffentlichte Studien

- > Abfüllung von Getränken im Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen - Berichtjahr 2014
Dessau-Roßlau 2016, im Auftrag des UBA (UBA Texte 33/2016)
- > Prüfung und Aktualisierung der Ökobilanzen für Getränkeverpackungen
Dessau-Roßlau 2016, in Zusammenarbeit mit Ifeu und Integrah, im Auftrag des UBA (UBA Texte 19/2016)
- > Ansatzpunkte zur Steigerung des Lizenzierungsgrades von Verkaufsverpackungen privater Endverbraucher - Kurzbericht
Mainz 2015, im Auftrag der BHIM Zentrale Wertstoffstelle Projektgesellschaft mbH
- > Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2013
Dessau-Roßlau 2015, im Auftrag des UBA (UBA Texte 101/2015)
- > Entwicklung der Effizienz von Kunststoffverpackungen - 1991 bis 2013
Mainz 2015, im Auftrag des BKV
- > Verbrauch und Verwertung von Tragetaschen und Hemdchenbeuteln für Bedienungsware in Deutschland
Mainz 2013, im Auftrag des BKV, IK und HDE
- > Distributionsentfernung von Bier- und Biermischgetränken in Mehrwegflaschen von Brauereien zu privaten Haushalten
Mainz 2011, im Auftrag des GDA
- > Handlungsoptionen zur Steigerung des Lizenzierungsgrades von Verkaufsverpackungen privater Endverbraucher
Mainz 2010, im Auftrag der AGVU, BVE, BDE, HDE und Markenverband

Multi-Client-Studien

- > Recyclingbilanz für Verpackungen Berichtsjahr 2014
22. Ausgabe
Mainz 2015
- > Der Verpackungsmarkt für Papierverbunde in Deutschland - Trends und Potenziale bis 2016 Branchen, Marktteilnehmer, Strategieoptionen
Mainz 2012 in Zusammenarbeit mit Sciendea+
- > Entwicklung des Verpackungsverbrauchs flexibler Kunststoffverbunde nach Branchen
Mainz 2010

Studien, die öffentlich kommuniziert sind

- > Der deutsche Markt der Verkaufsverpackungen von Frischobst und Frischgemüse
Mainz 2015, im Auftrag des NABU
- > Abschließender Bericht zur Quotenstudie 2015
Mainz/Wien 2015, im Auftrag des BMLFUW, ARA AG u.a.
- > Verwertung von PET-Getränkeflaschen in Deutschland 2013
Mainz 2015, im Auftrag des Forum PET im IK
- > Herstellergetragene Rücknahmesysteme als Modell direkter Produktverantwortung
Mainz 2014 im Auftrag des BiPv
- > Der Deutsche Markt für Blockbodenbeutel
Mainz 2012, im Auftrag des IPV

- > AGVU
- > ALBA
- > AKÖG
- > APK
- > ARA (AT)
- > Asahi
- > Bain & Company
- > Ball Packaging
- > BASF
- > BDE
- > BellandVision
- > Berndt & Partner
- > BGVZ
- > BHIM
- > Billerud
- > BiPv
- > Bischoff & Klein
- > BKV
- > BMLFUW (AT)
- > BMUB
- > Bonus (AT)
- > Bosch
- > Boston Consulting
- > Brückner Maschinenbau
- > Bundesmühlentor
- > BV Glas
- > Coca-Cola
- > Constantia Teich
- > DAVR
- > Deutscher Brauerbund
- > Deloitte
- > Denkstatt
- > DPG
- > DSD
- > DSV
- > Elopak
- > ELS
- > Enviro Pack
- > Eurofoil
- > Evonik Degussa
- > FV der Gewürzindustrie
- > Felix Schöllner
- > FHG IVV
- > FKN
- > Garant
Maschinenhandel
- > GDB
- > Gebr. Heinemann
- > Gerolsteiner
- > Gerresheimer
- > Greiner Packaging (AT)
- > GVÖ
- > HDE
- > Heuchemer
- > Hettmannsperger &
Löchner
- > Holsten
- > Hydro-Aluminium
- > IK
- > Interseroh
- > Interseroh Austria (AT)
- > International Paper
(BE)
- > IPV
- > KBS
- > Kilian-Verpackung
- > Knauf
- > Kobusch-Sengewald
- > Kuka
- > Landbell
- > Ligmatech
- > Maag
- > Markenverband
- > McKinsey
- > Metsäliitto Coop. (FI)
- > Mondi (AT)
- > NABU
- > Nestlé
- > Neupack
- > Optima consumer
- > Partslife
- > PETCYCLE
- > Plastics Europe
- > Ponto Verde (POR)
- > pp Druck + Verpackung
- > Private Brauereien
Bayern
- > Pro Europe
- > Prognos
- > Pro-S Pack
- > Rasselstein
- > ReCarton
- > Reclay
- > PTS
- > Remondis
- > REWE
- > Rexam
- > RIGK
- > RKD
- > Roland Berger
- > Schönwald Consulting
- > SIG
- > SITA
- > St. Gobain
- > Stora Enso
- > Tetra Pak
- > UBA
- > Uhde
- > VdF
- > VDMA
- > VdW
- > VKU
- > Veolia
- > Vereinigte
Papierwarenfabriken
- > Wafg
- > Walki
- > Westwind (AT)
- > Wipak
- > Zentek

> **Der Kunde**

Der Kunde ist ein weltweit führender Hersteller von Maschinen und Anlagen für Verpackungstechnik.

> **Die Herausforderung**

Das Unternehmen sucht für die bestehende Verpackungstechnologie weitere strategische Partner, um durch Kooperation neue Synergieeffekte zu erschließen. Hierfür sollen als Entscheidungsgrundlage potenzielle strategische Partner identifiziert, anhand von relevanten Kriterien bewertet und in eine Rangfolge gebracht werden.

> **Die Lösung**

- > In Abstimmung mit dem Auftraggeber werden relevante Beurteilungskriterien entwickelt. Die GVM entwirft eine Methode zur Operationalisierung, so dass die Kriterien anhand von recherchierten Indikatoren bewertet werden können.
- > Es werden geeignete Unternehmen identifiziert und Indikatoren wie Umsatz, EBIT, Produktportfolio, Standorte und Patente recherchiert.
- > Aus den Informationen erstellt GVM prägnante Unternehmensprofile und bildet Ranglisten, die Stärken, Schwächen und Eignung der untersuchten Unternehmen als strategischer Partner ersichtlich machen.

> **Das Ergebnis**

Der Kunde erhält eine Übersicht über die Attraktivität potenzieller Partner und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen. Der Bewertungsmaßstab und die bewertungsrelevanten Informationen werden dem Kunden bereitgestellt, so dass er in die Lage versetzt wird das erstellte Attraktivitätsranking dynamisch an sich ändernde Präferenzen anzupassen.

> Die Kunden

Zum Kundenkreis zählen Packstoff- und Packmittelhersteller, Maschinenbauer, sonstige Zulieferer und Forschungseinrichtungen.

> Die Herausforderung

Seitens der Marktakteure besteht der Bedarf an fundierten Marktzahlen, um Trends frühzeitig erkennen zu können: Neue Beschichtungstechnologien wecken zum Teil hohe Erwartungen an das Marktwachstum von Papierverbunden.

> Die Lösung

Um das Wachstumspotenzial für den deutschen Markt zu beurteilen, wird in Zusammenarbeit mit dem Beratungsunternehmen sciendea+ eine Markt- und Wettbewerbsanalyse erstellt. Diese enthält im Detail:

- > Marktüberblick der Füllgutbranchen mit Segmentierung nach Packstoffvarianten und Packmittelformen, Marktprognosen, Branchentrends
- > Analyse der Wertschöpfungsstufen von der Papiererzeugung, -bahnveredelung bis hin zur Abfüllung und Distribution
- > Wettbewerbsanalyse mit Umsatzranking und 60 detaillierten Unternehmensprofilen inkl. Stärken- und Schwächenanalyse
- > Industriestrukturanalyse nach Porter für die TOP 5 Füllgutbranchen
- > Systematische Analyse der Erfolgsfaktoren und Geschäftsmodelle der Markt- und Innovationsführer
- > Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

> Das Ergebnis

Ergebnis der Analyse ist die Identifikation von gewinnbringenden Absatzmärkten. Im Fokus hierbei steht die Bewertung der Zukunftsfähigkeit der Branchen und die daraus resultierenden Handlungsoptionen für die Marktakteure. Durch die Ableitung der optimalen Positionierung im Wettbewerbsumfeld liefert die Studie strategische Entscheidungshilfen für die Unternehmensplanung.

> **Der Kunde**

Das Geschäftsfeld Verpackungsmaschinen eines weltweit führenden Herstellers von Maschinen und Anlagen.

> **Die Herausforderung**

Das Unternehmen sucht für die bestehende Verpackungstechnologie Expansionspotenziale außerhalb des bisherigen Kernmarktes. Dazu sollen Wachstumsmärkte identifiziert und die Wettbewerbssituation strategisch analysiert werden.

> **Die Lösung**

In einem Kundenworkshop werden zunächst gemeinsam die technologischen Anforderungen an die potenziellen Zielmärkte definiert. Anschließend werten die GVM Experten die unternehmenseigene Datenbank „Marktmenge Verpackungen“ nach den zuvor festgelegten Kriterien aus und entwickeln ein Werkzeug zur standardisierten Zielmarktbeurteilung bezüglich Marktpotenzial, Marktdynamik und technologischer Umsetzbarkeit.

Im zweiten Teil des Projekts identifizieren die Berater unseres strategischen Kooperationspartners sciendea+ die direkten und indirekten Wettbewerber und ermitteln in detaillierten Profilen deren Marktanteile, Umsätze, EBIT-Margen, Produkte, Zielmärkte, technologische Leistungsfähigkeit sowie die Erfolgsfaktoren der jeweiligen Geschäftsmodelle.

Zusammenfassend werden vom Projektteam Expansions Szenarien entwickelt und anhand der nachhaltigen Umsetzungs- und Erfolgswahrscheinlichkeit strategisch bewertet.

> **Das Ergebnis**

Die detaillierte Studie verschafft dem Kunden einen Überblick zu Trends, Potenzialen und Wettbewerbsstrukturen in den - für die bestehende Verpackungstechnologie - relevanten Zielmärkten. Somit bildet die Analyse die fundierte Grundlage für eine nachhaltige Expansionsstrategie.

> **Der Kunde**

Ein mittelständisches Unternehmen mit Schwerpunkt Fertigung von Wellpappeverpackungen.

> **Die Herausforderung**

Das Unternehmen verfolgt eine organische Wachstumsstrategie. Es soll die Marktattraktivität eines zweiten Produktionsstandortes in Deutschland geprüft werden, um eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die Investition zu schaffen.

> **Die Lösung**

Das Projekt wurde gemeinsam mit Berndt + Partner durchgeführt und umfasste folgende Analyseschritte:

- > Analyse der Produktportfolios des Kunden und Marktanalyse der daraus resultierenden Zielbranchen mit dem Ziel die Attraktivität des Produktportfolios des Kunden für die Zielbranchen zu klären
- > Identifikation potenzieller Kunden und deren Umsatzpotenziale im regionalen Umfeld des potenziellen Standortes
- > Befragung einer Auswahl potenzieller Kunden zur Identifikation von Marktanforderungen und Markteintrittsbarrieren.
- > Durchführung einer Wettbewerbsanalyse mit Fokus auf den neuen Standort inklusive Bewertung der Stärken und Schwächen der Wettbewerber im Vergleich zum Auftraggeber.

Die verschiedenen Analyseergebnisse wurden der Umsatzerwartung am potenziellen Standort gegenübergestellt. Die Chancen und Risiken wurden bewertet. Daraus resultierten Empfehlungen, die im Rahmen eines Workshop mit den Auftraggebern diskutiert wurden.

> **Das Ergebnis**

Die detaillierte Analysen verschafften dem Kunden einen Überblick über die marktseitigen Rahmenbedingungen eines zweiten Standortes. Die Entscheidung wurde daraufhin sehr schnell getroffen.

> Der Kunde

BKV Beteiligungs- und Kunststoffverwertungsgesellschaft mbH, IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e.V. und der Handelsverband Deutschland - HDE e.V.

> Die Herausforderung

Vor dem Hintergrund der umweltpolitischen Diskussion um die Vermeidung von Tragetaschen benötigen die Auftraggeber ein zuverlässiges Datengerüst zum Verbrauch und zur Verwertung von Kunststofftragetaschen in Deutschland. Der Vorschlag der EU-Kommission, Tragetaschen mit einer Folienstärke unter 50µm gesetzlich zu regulieren, steht dabei im Fokus.

> Die Lösung

Ausgangspunkt der differenzierten Analyse bilden Interviews mit Handelsunternehmen unterschiedlicher Vertriebslinien zum Einsatz von Tragetaschen (Varianten, Menge etc.). Im Einzelhandel führt die GVM detaillierte Storechecks durch, um vertriebsspezifische Tragetaschenformate und deren Folienstärken zu ermitteln. Die Analyse dieser Muster bildet zusammen mit einer systematischen Auswertung von Rahmendaten über den deutschen Handel und der GVM Datenbank Marktmenge die wesentlichen Grundlagen für die Hochrechnung der Interviewergebnisse. Die Verwertung von Kunststofftragetaschen wird auf der Basis von Ergebnissen der HTP GmbH & Co KG und der GVM-Recyclingbilanz quantifiziert.

> Das Ergebnis

Die Datenbasis zu Verbrauch und Verwertung von Kunststofftragetaschen liefert dem Kunden einen fundierten Beitrag zur Versachlichung der politischen Diskussion. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die Anwendung des 50µm-Kriteriums nicht zielführend ist.

> **Der Kunde**

Das Forum PET in der IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e.V.

> **Die Herausforderung**

Es soll ein Stoffstrommodell erstellt werden, das in einer übersichtlichen Darstellung wiedergibt, welche Mengen PET-Getränkeflaschen jährlich in den deutschen Markt eingebracht werden und wie sich die Verwertungswege strukturieren.

Die Lösung

GVM befragt 25 Marktteilnehmer in strukturierten Interviews. Dabei werden Akteure entlang der gesamten Wertschöpfungskette einbezogen: PET-Erzeuger, Anlagenbauer, Pfanddienstleister, Verwerter, Abfüller, Verbände, Sachverständige und andere Branchenexperten. Die GVM-Datenbank Marktmenge Verpackungen bildet die Grundlage für die Verbrauchsberechnung und durch systematisches Desk Research wird zusätzliches Daten- und Informationsmaterial über Recycling und Verwertungswege gesammelt. Die gewonnenen Erkenntnisse werden in ein detailliertes Stoffstrommodell eingearbeitet.

> **Das Ergebnis**

Mit der Studie gelingt es erstmals in einem differenzierten Stoffstrommodell das vorliegende Datenmaterial und die dahinter stehende Expertise über die Verwertung von PET-Getränkeflaschen in einem in sich geschlossenen, definitorisch und inhaltlich widerspruchsfreien Kreislaufmodell zu vereinen und übersichtlich darzustellen. Zudem wird allen Ebenen des Modells eine jahresbezogene Tonnage zugeordnet.

> **Der Kunde**

Der Kunde ist die NABU Bundesgeschäftsstelle in Berlin.

> **Die Herausforderung**

Der NABU möchte für seinen Mitglieder Empfehlungen erarbeiten, wie diese den Verkauf von frischem Obst und Gemüse umweltgerechter gestalten können. Hierfür sollen die Verpackungen des Marktes hinsichtlich ihrer Quantität (in Tonnen Packmittel) und ihrer Effizienz (Packmittelgewicht pro Kilogramm Füllgut) untersucht werden.

> **Die Lösung**

Mit Hilfe der GVM Datenbank Marktmenge werden die Obst- und Gemüsekäufe privater Haushalte quantifiziert und nach Obst- und Gemüsesorten und Packmittelgruppen aufgegliedert. Im Fokus steht dabei die Entwicklung der Verpackungs- und Füllgutstruktur für ausgewählte Jahre zwischen 2000 und 2014. Ein besonderes Augenmerk liegt auf dem Vergleich der Materialeffizienz von Serviceverpackungen und Industrieverpackungen. Ergänzend stellt die GVM Beispiele typischer Verpackungen einzelner Obst- und Gemüsesorten als Datenblätter zur Verfügung.

> **Das Ergebnis**

Der Bericht liefert dem Kunden eine detaillierte Darstellung des Packmittelaufwandes und der Materialeffizienz von Verkaufsverpackungen von Frischobst und -gemüse. Der NABU kann auf dieser Datengrundlage für seine Mitglieder fundierte Handlungsempfehlungen entwickeln.

> Der Kunde

Die Studie wird im Unterauftrag der Prognos AG für die BKV GmbH durchgeführt.

> Die Herausforderung

Hintergrund der Studie ist der Entwurf des Verpackungsgesetzes (VerpackG). § 21 sieht vor, durch die Beteiligungsentgelte bei den dualen Systemen Anreize zur Steigerung der werkstofflichen Verwertbarkeit zu setzen. Dies führt zu der Fragen, welcher Anteil der heute in den Markt gebrachten Kunststoffverpackungen bereits werkstofflich verwertbar ist und wie viel Potenzial zur Optimierung durch Ökodesign und recyclinggerechte Verpackungsgestaltung besteht.

> Die Lösung

Basierend auf Interviews und Desk Research werden zunächst Kriterien definiert, die geeignet sind, die Recyclingfähigkeit von Kunststoffverpackungen zu beschreiben. Ausgehend davon bestimmt GVM den Teil der Kunststoffverpackungen, der bereits heute den Anforderungen einer recyclinggerechten Verpackungsgestaltung entspricht. Die daran anschließende Szenariorechnung ermittelt, welcher Teil der nicht-recyclingfähigen Verpackungen recyclingfreundlich umgestaltet werden könnte, ohne dass die wesentlichen Funktionen der Verpackung beeinträchtigt würden. Abschließend werden die Ergebnisse im Hinblick auf die aktuellen Quotenvorgaben des Gesetzesentwurfs reflektiert und bewertet.

> Das Ergebnis

Die Studie ist eine Standortbestimmung der Möglichkeiten und Barrieren der werkstofflichen Verwertung von Kunststoffverpackungen. Der Auftraggeber erhält eine Analyse, auf deren Basis er die Diskussion mit Politik und Interessensvertretern anhand konkreter Daten und Fakten führen kann.

Kurt Schüler
Geschäftsführender
Gesellschafter
Diplom-Volkswirt
+49 (0)6131-33673 22
k.schueler@gvmonline.de



Verantwortlich für die Bereiche Produkt-
entwicklung, Datenbanken und Personal

Ansprechpartner für:

- Verpackungsverbrauch
- Recycling und Verwertung
- Kunststoffverpackungen
- VerpackV und Wertstoffgesetz
- Anfallstellenanalysen

Jürgen Heinisch
Geschäftsführender
Gesellschafter
Diplom-Soziologe
+49 (0)6131-33673 26
j.heinisch@gvmonline.de



Verantwortlich für die Bereiche
Finanzen und Marketing

Ansprechpartner für:

- Getränkeverpackungen, Einweg-Mehrweg
- Marktforschung im Kontext Ökobilanzen
- VerpackV (VerpackVkonkret)
- Österreich (AWG, VerpackVO, AbgrenzungsVO)
- Strategische Marktanalyse

Zuverlässige Zahlen für zukunftsweisende Entscheidungen - GVM

Gesellschaft für Verpackungs-
marktforschung mbH
Alte Gärtnerei 1
D-55128 Mainz

Fon +49 (0) 6131.33673 0
Fax +49 (0) 6131.33673 50
info@gvmonline.de
www.gvmonline.de