Redaktions-Toolkit zum Trendtag Glas 2026

Alles auf einen Blick: Dieses Redaktions-Toolkit zum Nachbericht vom „Trendtag Glas 2026“ stellt Ihnen zentrale Inhalte für Presse, Marketing und Social Media gebündelt zur Verfügung. Die einzelnen Bausteine sind klar strukturiert und sofort einsetzbar.

1 Presseinformation

2 Kurzversion Presseinformation

3 Teaser und Newsletter-Text

4 Social Media Post

Pressekontakt
Pressestelle Aktionsforum Glasverpackung
c/o zeron GmbH / Agentur für PR & Content
Erkrather Str. 234 a, 40233 Düsseldorf
Tel.: 0211/8892150-41
E-Mail: presse@glasaktuell.de

Presseinformation

Von klimaneutral bis premium: Wie sich Glas neu erfindet

Branchen-Event Trendtag Glas 2026 brachte die Lebensmittel- und Getränkebranche zum 19. Mal zusammen – dieses Jahr in Hamburg

Düsseldorf, 15. Oktober 2026. Unter dem Motto „Visionen teilen – Glas erleben“ hatte das Aktionsforum Glasverpackung am 1. Oktober zum 19. Trendtag Glas nach Hamburg eingeladen. Im Börsensaal der Handelskammer verfolgten die rund 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der Lebensmittel- und Getränkebranche sowie der Behälterglasindustrie das vielseitige, hochaktuelle Programm. Key Speaker war der ehemalige Bundesfinanzminister Peer Steinbrück, der mit klaren Statements die Herausforderungen Deutschlands auf den Punkt brachte, aber auch ermutigende Lösungswege aufzeigte. Um ZeroCO2-Glas und den Weg in eine klimaneutrale Zukunft der Behälterglasproduktion ging es in einem weiteren Vortrag. Wertvolle Verbraucherzahlen und Shopper-Insights lieferte wie gewohnt das Marktforschungsinstitut YouGov. Und spannende Praxis-Cases präsentierten Mast-Jägermeister, Columbus Drinks und Mutti.

Zum Auftakt gab ein kurzer Videotrailer einen Einblick in eines der zentralen Zukunftsthemen der Branche: den Weg zu einer klimafreundlichen Glasproduktion. Die Beispiele zeigten, wie breit das Spektrum der Stellschrauben ist – von neuen Wannentechnologien und einem höheren Elektrifizierungsgrad über erneuerbare Energien und Abwärmenutzung bis zu leichteren Verpackungen und optimierten Transportwegen. Das Potenzial ist erheblich: Neue Wannentechnologien mit Hybrid-Lösungen auf Wasserstoffbasis sowie ein verstärkter Einsatz elektrischer Beheizung können den CO_2-Ausstoß um 87 Prozent senken. Durch Leichtglastechnologie ist es bereits gelungen, das Gewicht verschiedener Glasverpackungen um bis zu 40 Prozent zu reduzieren. Der Transformationsprozess der Behälterglasindustrie ist in vollem Gange – technologisch, energetisch und entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Presseinformation

Starker Werkstoff, schwieriger Standort

Das bestätigte auch **Karsten Fuchs, Vizepräsident des Bundesverbands Glasindustrie e. V.**, der die Gäste begrüßte und den Blick auf die zunehmend schwierigen Rahmenbedingungen für die Behälterglasindustrie in Deutschland richtete. Hohe Energie- und Transformationskosten, immer neue regulatorische Anforderungen und fehlende Planungssicherheit belasteten die Unternehmen. Dabei reiche die Bandbreite der Themen von den neuen Herausforderungen durch die europäische Verpackungsverordnung PPWR bis zu Diskussionen über eine Zuckersteuer sowie die geplante Erhöhung der Verbrauchssteuer auf Schaumwein und Spirituosen. Für die Transformation der energieintensiven Glasindustrie seien zudem leistungsfähige Netze und eine sichere, bezahlbare Energieversorgung elementar. Dem gegenüber stehe ein Werkstoff mit starker Ausgangsposition: Glas schützt Produkte und Geschmack, ist hygienisch und praktisch inert, beliebig oft recycelbar und genießt bei Verbraucherinnen und Verbrauchern hohes Vertrauen. „Ein starkes Produkt allein garantiert allerdings keinen starken Produktionsstandort“, fasste Fuchs zusammen. Gefordert seien deshalb verlässliche politische Leitplanken, schnellere Genehmigungen und langfristige Planungssicherheit.

Deutschland unter Reformdruck

Mit **Peer Steinbrück** stand zu Beginn ein profilierter Kenner von Politik und Wirtschaft auf der Bühne. Der ehemalige Bundesminister der Finanzen widmete sich unter der Überschrift „Dimension der Zeitenwende – Deutschland unter Reformdruck“ in seiner freien Rede der wirtschaftlichen und politischen Lage Deutschlands. Selten sei der Begriff „Zeitenwende“ so berechtigt gewesen wie heute: Globale Macht verschiebe sich vom atlantischen in den pazifischen Raum, Rohstoffe, Handel und Technologie würden zunehmend geopolitischen Interessen untergeordnet und KI eröffne neue Möglichkeiten der Manipulation.

Presseinformation

Dieser externe Druck treffe auf ein Deutschland, das sich zu lange „bequem in einer permanenten Gegenwart“ eingerichtet und wichtige Hausaufgaben vertagt habe – von Wettbewerbsfähigkeit und Digitalisierung über Bildung und Wohnungsbau bis zum Bürokratieabbau und zur Reform des Sozialstaats. Die Folge sei ein erheblicher Reformdruck. Entscheidend sei nun, Veränderungen auf den Weg zu bringen und sie verständlich zu vermitteln: Wo stehen wir, wohin wollen wir und mit welchen konkreten Maßnahmen kommen wir dorthin? Die zentrale Aufgabe der Politik: Vertrauen zurückzugewinnen – durch Klarheit, Konfliktfähigkeit und sichtbare Ergebnisse.

Der Weg zur klimaneutralen Behälterglasherstellung

Wie kann die Glasproduktion langfristig klimaneutral werden? Dieser Frage widmete sich **Dr. Dominik Orzol von International Partners in Glass Research (IPGR) e. V.**, einem internationalen Forschungsverbund der Behälterglasindustrie. Seine zentrale Botschaft: Klimaneutrales Glas ist keine ferne Vision – es ist technisch in wesentlichen Teilen bereits machbar. Das Verbundvorhaben ZeroCO2-Glas untersucht nicht nur einzelne Technologien im Labor, sondern erprobt sie unter industrienahen Bedingungen – von stärker elektrifizierten Schmelzprozessen über Wasserstoff bis hin zu neuen Glaszusammensetzungen. Das Projekt zeigt, dass sich Emissionen sowohl bei der Energieversorgung als auch bei den Rohstoffen deutlich verringern lassen. Für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie ist das entscheidend. Denn die Verpackung fließt in ihre Klimabilanzen und Scope-3-Ziele ein. Mit einer neu entwickelten Glaszusammensetzung wurden bereits rund 3.000 Flaschen produziert. Bis zur breiten industriellen Anwendung ist jedoch noch einiges zu tun. „Ein Weg ist da, es ist aber ein Marathon“, fasste Orzol zusammen.

Glas im Wandel: Nachhaltigkeit trifft Innovation

Jeder kennt sie: die markante grüne Glasflasche von Jägermeister.

Presseinformation

Seit Jahrzehnten prägt sie das Erscheinungsbild der Marke und zählt zu ihren stärksten Wiedererkennungsmerkmalen. Für **Mast-Jägermeister** steht deshalb fest: Wer CO_2-Emissionen reduzieren will, muss auch die Glasflasche mitdenken. Wie das gelingen kann, erklärten **Carsten Doliwa, Vice President Procurement**, und **Kristin Heckmann-Kipouros, Senior Director Sustainability**. Ihr Ansatz: die ikonische Flasche bewahren und gleichzeitig die Emissionen ihrer Herstellung reduzieren. Denn die Produktion von Glas ist ein relevanter Faktor im CO_2-Fußabdruck der Verpackung. Gemeinsam mit Partnern aus der Behälterglasindustrie setzt Mast-Jägermeister deshalb auf neue Technologien und deren schrittweise Skalierung. Entscheidend ist, innovative Ansätze aus Pilotprojekten in die industrielle Anwendung zu überführen. Denn erst eine breite Anwendung ermöglicht es, das Potenzial solcher Technologien voll auszuschöpfen. Oder, wie Jägermeister es auf den Punkt bringt: „Same bottle. Different future."

Von der Dose ins Glas

Mit der Dose legte Columbus Drinks den erfolgreichen Grundstein für die Limonadenmarke Paloma. Die Ergänzung um Glas-Mehrweg eröffnete anschließend zusätzliche Spielräume für die weitere Marken- und Sortimentsentwicklung. **Jörg Harders, Geschäftsführer der Columbus Drinks GmbH**, zeigte, wie stark die Wahl des Gebindes die Innovationsgeschwindigkeit einer Marke beeinflussen kann. Für die Dose musste das Unternehmen nach eigenen Angaben Mindestmengen von 250.000 Stück und Vorlaufzeiten von mindestens zwei bis drei Monaten einplanen – zu einem Zeitpunkt, an dem die Marktresonanz auf eine neue Sorte noch nicht absehbar war. Glas-Mehrweg ermöglicht kleinere Abfüllmengen, kurzfristigere Anpassungen und damit schnellere Lernzyklen. Seit Juni 2025 ist Paloma deshalb zusätzlich in der Mehrwegflasche erhältlich; neben Pink Grapefruit ergänzten Wassermelone und 2026 Yuzu das Sortiment. Mit Erfolg: Pink Grapefruit und Yuzu erreichten laut NielsenIQ einen Platz unter den Top 15 der Limonaden-Geschmacksvarianten im deutschen Lebensmittelhandel.

Presseinformation

Harders' Fazit: Beide Gebinde spielen ihre jeweiligen Stärken aus und schaffen gemeinsam zusätzliche Möglichkeiten für die Marke. „Die Dose hat Paloma erfolgreich in den Markt gebracht. Glas gibt uns heute noch mehr Flexibilität, das Sortiment weiterzuentwickeln und neue Impulse zu setzen."

Körpersprache richtig lesen – erfolgreicher kommunizieren

Das war die Botschaft von **Wirtschaftspsychologe Michael Lasslop**, der nach der Mittagspause nicht auf Märkte und Verpackungen schaute, sondern auf den Menschen. In „Lesen. Wirken. Verbinden. Kooperative Körpersprache im Business-Alltag" zeigte der Experte für nonverbale Kommunikation, wie viel in Gesprächen passiert, bevor überhaupt ein Wort gesprochen wird. Sein Appell: in der Körpersprache die Signale des Gegenübers aufmerksam wahrzunehmen, im jeweiligen Kontext einzuordnen und die eigene Wirkung bewusst zu steuern. Denn verschränkte Arme müssen keineswegs automatisch Ablehnung bedeuten. Im Gegenteil: Solche vorschnellen Interpretationen können Kommunikation sogar erschweren. Gerade in Führung, Vertrieb und Verhandlungen sei es entscheidend, erst Wärme zu erzeugen, bevor es zum Austausch von Argumenten kommt. Denn der erste Eindruck entscheidet darüber, ob Informationen positiv oder negativ gedeutet werden. Dabei sind Mimik und Gestik starke Türöffner – sie lassen Menschen charismatischer, kompetenter und selbstbewusster erscheinen. Sein Appell: Bitte recht häufig lächeln!

Future Shop'ciety: Zwischern Sparen, Gesundheit und Genuss

Zum inzwischen festen Bestandteil des Trendtags gehören die Einblicke in Konsumverhalten und Shopper-Trends. **Hanna Kehl, Director bei YouGov Shopper**, präsentierte unter der Überschrift „Future Shop'ciety – Hypes und Trends aus der Verbraucherwelt" die aktuell wichtigsten Entwicklungen. Der Shopper der Zukunft ist nicht eindeutig. Genau darin liegt laut Kehl die Herausforderung für Hersteller und Handel.

Presseinformation

Nach Jahren deutlicher Preissteigerungen entscheiden Verbraucher nicht mehr konsequent entweder günstig oder hochwertig, gesund oder genussvoll, geplant oder spontan. Sie wechseln stattdessen je nach Situation zwischen ihren Bedürfnissen. Bemerkenswert: Premium ist weiter das am stärksten wachsende Segment – bei Hersteller- ebenso wie bei Handelsmarken. Gleichzeitig boomen Produkte mit gesundheitlichem Zusatznutzen. Ihre Ausgaben legten innerhalb eines Jahres um 13 Prozent zu. Kehl fasste diese widersprüchlichen Wünsche unter dem Begriff „Balanced Being“ zusammen: gesund leben, ohne zu verzichten; nachhaltig handeln, ohne den Alltag zu erschweren; genießen, ohne das Budget aus den Augen zu verlieren und digital leben, ohne die soziale Verbundenheit zu verlieren. Das zeigt: Die Gesellschaft ist nicht gesundheitsmüde – sie ist regelmüde. Und der Shopper braucht eine andere Aufladung von Nachhaltigkeit. Seine zentrale Frage: Was tust du für mich? Die Herausforderung für Glas ist es dabei, den Mehrwert so sichtbar zu machen, dass Verbraucher ihn als den Preis wert empfinden.

Italienische Premiummarke mit Strahlkraft

Tomatenkonserven gelten als ein klassisches Commodity-Produkt, das stark über Preis und Volumen getrieben ist. Wie sich in einem solchen Markt eine Premiummarke aufbauen lässt – das zeigte **Rafael Narvaez, Group CMO von Mutti S.p.A.** Der italienische Tomatenspezialist mit Hauptsitz bei Parma und einer deutschen Vertriebsgesellschaft in Hamburg setzt auf vier Bausteine: eine überlegene Produktqualität, nachhaltiges Handeln, eine unverwechselbare Verpackung und konsequente Markenkommunikation. Glas spielt in dieser Strategie eine zentrale Rolle. Denn die charakteristische Passata-Flasche ist ein wichtiges Differenzierungsmerkmal der 125 Jahre alten „Marca i Due Leoni“ („Marke der zwei Löwen“) in Deutschland. Beim Relaunch der Pastasaucen 2025 sollte das neue „Löwenglas“ bewusst die Funktion eines Markenbotschafters übernehmen – mit einer unverwechselbaren Prägung, besserer Sichtbarkeit im Regal und zugleich weniger Gewicht.

Presseinformation

Dass Premiumisierung auch wirtschaftlich funktioniert, zeigt die Entwicklung in Deutschland: Der Umsatz stieg laut NielsenIQ von 5,3 Millionen Euro im Jahr 2017 auf 101 Millionen Euro in den zwölf Monaten bis Juni 2026. Das Fazit von CMO Narvaez: „Glas kann eine Marke ganz wesentlich prägen und voranbringen."

„Der Trendtag Glas 2026 hat einmal mehr gezeigt, wie viel Innovationsgeist und Bewegung in unserer Branche steckt", fasst **Dorothée Richardt, Geschäftsführung Behälterglas beim Bundesverband Glasindustrie e. V.**, zusammen. „Die technologischen Möglichkeiten entwickeln sich rasant, gleichzeitig verändern sich Märkte und Anforderungen unserer Kunden. Entscheidend ist deshalb, dass wir den Dialog entlang der gesamten Wertschöpfungskette führen und gemeinsam Lösungen entwickeln, die ökologisch sinnvoll und wirtschaftlich tragfähig sind. Genau dafür bietet der Trendtag Glas eine wichtige Plattform."

Die Pressemitteilung können Sie hier als reine Textdatei herunterladen.
Bildmaterial zum Download finden Sie auf unserer Website.
Bildnachweis: Aktionsforum Glasverpackung/Ulrich Perrey

Presseinformation

Verpackungen aus Glas

Glas begleitet uns täglich. Und das aus gutem Grunde, denn Glas ist als wiederverwertbares Verpackungsmaterial heutzutage nicht mehr wegzudenken und bewährt sich in der Menschheitsgeschichte bereits seit neuntausend Jahren als Werkstoff. Dank Glas behalten unsere Lebensmittel und Getränke unverfälscht ihren Geschmack, Nährstoffe und Vitamine bleiben erhalten und die Kohlensäure in Getränken kann nicht entweichen. Glasverpackungen sind praktisch inert und gehen somit keine Wechselwirkung mit ihrem Inhalt ein. Doch nicht nur Lebensmittel werden dank Glas geschützt und konserviert. Neben hochwertigen Verpackungen für Kosmetika liefert uns Glas außerdem die perfekten Eigenschaften, um pharmazeutische Produkte sicher aufzubewahren. Glas eignet sich auch als Marketinginstrument, denn Glasverpackungen können in vielen unterschiedlichen Farben hergestellt und individuell geformt und veredelt werden. Somit bieten sie die Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben. Glas wird außerdem fast ausschließlich aus natürlichen Rohstoffen hergestellt, es lässt sich wiederverwenden und zu 100 Prozent recyceln. Damit ist Glas nicht nur gut für uns, sondern auch für die Umwelt.

Das Aktionsforum Glasverpackung

Das Aktionsforum Glasverpackung ist eine im Jahr 2000 gegründete Initiative der Behälterglasindustrie in Deutschland und Teil des Spitzenverbandes der deutschen Glasindustrie, dem Bundesverband Glasindustrie e. V. Das Aktionsforum Glasverpackung kommuniziert die vielen Alleinstellungsmerkmale und Vorteile der Glasverpackung gegenüber Verpackungsentscheidern und der Öffentlichkeit und ist darüber hinaus erster Ansprechpartner in Deutschland für alle Fragen rund um den Verpackungswerkstoff Glas. Zu den wichtigsten Informationsmedien zählen die Website www.glasaktuell.de und der regelmäßig erscheinende Newsletter GLASKLAR, den Interessierte über die Website kostenlos abonnieren können. Das Aktionsforum Glasverpackungen ist außerdem auf LinkedIn aktiv – folgen Sie uns gerne!

Kurzversion Presseinformation

Von klimaneutral bis premium: Trendtag Glas 2026 zeigt Perspektiven für die Glasverpackung

Rund 200 Branchenvertreter diskutierten in Hamburg über klimaneutrale Glasproduktion, verändertes Konsumverhalten und die Rolle von Glas in der Markenentwicklung.

Düsseldorf, 15. Oktober 2026. Unter dem Motto „Visionen teilen – Glas erleben“ kamen am 1. Oktober rund 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der Lebensmittel- und Getränkebranche sowie der Behälterglasindustrie zum 19. Trendtag Glas in Hamburg zusammen. Auf Einladung des Aktionsforums Glasverpackung standen aktuelle Herausforderungen und Zukunftsperspektiven der Branche im Fokus.

Key Speaker Peer Steinbrück beleuchtete den wirtschaftlichen und politischen Reformdruck in Deutschland. Dr. Dominik Orzol von International Partners in Glass Research (IPGR) stellte mit dem Forschungsprojekt ZeroCO2-Glas neue technologische Ansätze für eine langfristig klimaneutrale Behälterglasproduktion vor. Dass sich auch die Anforderungen an Verpackungen verändern, zeigten aktuelle Shopper-Insights von YouGov: Verbraucher wechseln zunehmend zwischen Preisbewusstsein, Gesundheitsorientierung und Genuss. Premium bleibt dabei das am stärksten wachsende Segment.

Welche Rolle Glas bei der Markenentwicklung spielt, verdeutlichten Praxisbeispiele von Mast-Jägermeister, Columbus Drinks und Mutti. Die Unternehmen zeigten, wie sich CO_2-Emissionen in der Glasproduktion reduzieren lassen, welche Flexibilität Glas-Mehrweg bei Produktinnovationen bietet und wie individuelle Glasverpackungen zur Markenprofilierung beitragen.
„Der Trendtag Glas 2026 hat einmal mehr gezeigt, wie viel Innovationsgeist und Bewegung in unserer Branche steckt“, resümierte Dorothée Richardt, Geschäftsführung Behälterglas beim Bundesverband Glasindustrie e. V.

Die Kurzversion der Pressemitteilung können Sie hier als reine Textdatei herunterladen.

Teaser und Newsletter-Text

Teaser

Trendtag Glas 2026: Zwischen Klimaneutralität und Premiumisierung

Wie lässt sich Glas künftig klimaneutral produzieren? Welche Verbrauchertrends prägen den Markt? Und wie nutzen Marken Glasverpackungen für ihre Weiterentwicklung? Beim 19. Trendtag Glas in Hamburg erfuhren rund 200 Branchenvertreter mehr über aktuelle Herausforderungen und Perspektiven. Impulse lieferten unter anderem Peer Steinbrück, YouGov sowie Praxisbeispiele von Mast-Jägermeister, Columbus Drinks und Mutti.

Newsletter-Text

Trendtag Glas 2026: Neue Technologien und veränderte Verbraucherwünsche

Wie die Behälterglasindustrie ihre Transformation vorantreibt und welche Rolle Glas für Markenhersteller spielt, zeigte der 19. Trendtag Glas am 1. Oktober in Hamburg. Rund 200 Fachleute aus der Lebensmittel- und Getränkebranche sowie der Glasindustrie folgten der Einladung des Aktionsforums Glasverpackung.

Zu den zentralen Themen gehörte der Weg zu einer klimaneutralen Glasproduktion. Dr. Dominik Orzol von International Partners in Glass Research (IPGR) stellte aktuelle Ergebnisse des Forschungsprojekts ZeroCO2-Glas vor. Neue Technologien und Glaszusammensetzungen bieten demnach erhebliches Potenzial zur Verringerung der CO_2-Emissionen.

Aktuelle Marktdaten von YouGov zeigten zudem, dass Verbraucher je nach Situation zwischen Sparen, Gesundheit und Genuss wechseln. Premium bleibt dabei das am stärksten wachsende Segment. Wie Glas zur Markenprofilierung und Produktentwicklung beitragen kann, veranschaulichten Mast-Jägermeister, Columbus Drinks und Mutti anhand konkreter Beispiele. Key Speaker Peer Steinbrück beleuchtete darüber hinaus Deutschlands wirtschaftlichen und politischen Reformbedarf.

Der Trendtag Glas findet jährlich statt und wurde 2026 zum 19. Mal veranstaltet.

Teaser und Newsletter-Text können Sie hier als reine Textdatei herunterladen.

Social Media Post

Klimaneutrale Produktion, neue Verbrauchertrends und starke Marken: Wohin entwickelt sich die Glasverpackung?

Beim 19. #TrendtagGlas am 1. Oktober in Hamburg diskutierten rund 200 Vertreter der Lebensmittel- und Getränkebranche sowie der Behälterglasindustrie über aktuelle Herausforderungen und Zukunftsperspektiven.

Einige Erkenntnisse der Veranstaltung:

- Klimaneutrale Glasproduktion: Das Forschungsprojekt ZeroCO2-Glas zeigt, welche technologischen Möglichkeiten bereits bestehen und wo noch Entwicklungsbedarf liegt.

- Verändertes Konsumverhalten: Laut YouGov wechseln Verbraucher situativ zwischen Sparen, Gesundheit und Genuss. Premium bleibt das am stärksten wachsende Segment.

- Glas als Markenfaktor: Mast-Jägermeister, Columbus Drinks und Mutti demonstrierten anhand konkreter Beispiele, wie Glasverpackungen zur Produktinnovation und Markenprofilierung beitragen.

Social Media Post

- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen: Der ehemalige Bundesfinanzminister Peer Steinbrück sprach über den Reformdruck in Deutschland.

Veranstalter des Branchentreffens war das Aktionsforum Glasverpackung, eine Initiative der Behälterglasindustrie in Deutschland.

Mehr zu den Themen und Ergebnissen des Trendtags:
https://www.glasaktuell.de/presse/presseinformationen

#Glasverpackung #Glasindustrie #Verpackungsindustrie #Getränkeindustrie #Innovation

Den Social Media Post können Sie hier als reine Textdatei herunterladen.
Die Abbildung können Sie hier als png herunterladen.
Weiteres Bildmaterial zum Download finden Sie auf unserer Website.
Bildnachweis: Aktionsforum Glasverpackung/Ulrich Perrey