



## PRESSEMITTEILUNG

### **Hochkarätige Redner und rund 180 Teilnehmer beim Trendtag Glas 2022 in Düsseldorf**

**Düsseldorf, 28. November 2022. Zum 15. Mal veranstaltete das Aktionsforum Glasverpackung am 10. November das Branchen-Event Trendtag Glas – dieses Mal in der lichtdurchfluteten Station Airport im Flughafen Düsseldorf. Knapp 180 Vertreter und Entscheider der abfüllenden Industrie, des Handels und der Glasindustrie folgten der Einladung. Unter den hochkarätigen Rednern waren in diesem Jahr der bekannte Journalist und Autor Stefan Aust, die TV-Wissenschaftsjournalistin und Bestsellerautorin Dr. Christina Berndt sowie Hannah Kehl von der GfK. Einen Einblick in die CO<sub>2</sub>-Roadmap der Glasindustrie gab Matthias Leisin vom Institut für Energiewirtschaft und Rationelle Energieanwendung. Spannende Cases aus der Praxis lieferten Vita Cola und Warsteiner.**

Zum International Year of Glass, das die UN für 2022 ausgerufen hat, traf sich die Branche in der Station Airport – dem früheren Terminal des Flughafens Düsseldorf, der mit einer spektakulären Glasarchitektur und einem direkten Blick auf die Start- und Landebahn besticht. In den sechs Vorträgen dominierte ein Thema: die Krise. Düsseldorfs Bürgermeister **Josef Hinkel** begrüßte die Gäste in der Landeshauptstadt Nordrhein-Westfalens. **Oliver Wiegand**, Vizepräsident des Bundesverbands Glasindustrie e. V., stimmte die ca. 180 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der abfüllenden Industrie, aus dem Handel und von der Glasindustrie auf einen erkenntnisreichen Tag ein, der zeitgleich über einen Live-Stream übertragen wurde. „2022 ist ein besonderes Jahr für die Glasindustrie, denn es wurde von den Vereinten Nationen zum Internationalen Jahr des Glases ausgerufen“, sagte Wiegand, bevor er einen ernsteren Ton anstimmte. „Doch natürlich ist uns allen bewusst, dass wir in diesem Jahr nicht in der Stimmung zum Feiern sind. Der Krieg liegt wie ein Schatten über allem.“ Nicht ohne Folgen: Bereits 2021 hatte die Glasindustrie mit stark gestiegenen Energiepreisen zu kämpfen, die in diesem Jahr noch einmal deutlich angezogen haben. Wiegand versicherte, dass der Verband und viele Mitgliedsunternehmen in intensivem Austausch mit den offiziellen Stellen stünden, um

eine Botschaft dort zu platzieren: Eine Abschaltung der Glaswannen würde weitreichende Konsequenzen nach sich ziehen. „Die positiven Antworten zeigen uns, dass unsere Botschaften dort angekommen sind“, so Wiegand.

### **Scharfer Blick und scharfe Kritik: Stefan Aust über die aktuelle Multikrise**

„Aus der Traum! Wie die Wirklichkeit die Deutschen einholt“ – so lautete der Titel des Eingangsvortrags von **Stefan Aust**, dem bekannten Journalisten und Autoren zahlreicher Bücher. In erkenntnisreichen 50 Minuten wagte er einen scharfsinnigen politischen Streifzug durch die letzten Jahre und spannte den Bogen von der Vergangenheit zur Gegenwart mit einem klaren Fokus auf die politischen und wirtschaftlichen Verflechtungen. Im Fokus standen dabei vor allem Russland und China. Aust zeigte auf, wie Deutschland sich in den vergangenen Dekaden und Legislaturperioden immer abhängiger gemacht hat: Energetisch über Gasimporte aus Russland, wirtschaftlich über billige Produkte aus China. Die größte Gefahr gehe, so Aust, dabei nicht von Russland, sondern von China aus, das auf dem Weg zur Weltmacht Nummer 1 sei. „Die Energiewende ist ein Geschenk für China“, brachte Aust es auf den Punkt. „China setzt seine Interessen knallhart durch.“ Sich mit der Realität zu beschäftigen sollte für die deutschen Politiker kein Tabu sein, appellierte Aust an die amtierende Regierung und zeigte ebenfalls Wege aus der Energiekrise und -abhängigkeit auf. 84 Prozent des globalen Energieverbrauchs basieren laut seinen Ausführungen aktuell auf fossilen Energien, nur 2 Prozent auf erneuerbaren Energien. Mit klaren, schonungslosen Worten und Statements zog Aust eine kritische Bilanz und stellte den aktuellen Politik- und Energiekurs der amtierenden Bundesregierung unmissverständlich in Frage. Ein Vortrag, der zum Nachdenken angeregt hat. Dieses Ziel hat Aust erreicht!

### **Vita Cola: Mehr Absatz und Wertigkeit über Glas-Mehrweg**

Seit 1958 gibt es die Marke Vita Cola. In ihrer inzwischen fast 65jährigen Tradition hat sie viele Wandlungen vollzogen. Nach der Wende 1990 verschwand die damalige DDR-Cola für eine Zeit vom Markt, bevor sie 1994 neu aufgelegt wurde. 2005 kaufte die Hassia-Gruppe, zu der auch die Lichtenauer Mineralquellen GmbH zählt, Vita Cola. Heute gehören 58 verschiedene Artikel –



Cola, Limonaden und Energydrinks – zur Marken- und Produktwelt, die besonders eine jüngere Zielgruppe im Fokus hat. Vita Cola ist mit einem jährlichen Ausstoß von annähernd 90 Millionen Litern inzwischen die größte deutsche Cola auf dem Markt. „Die Andersartigkeit ist und war stets der Markenkern von Vita Cola“, erläuterte Paul K. Korn, Geschäftsführer der Lichtenauer Mineralquellen GmbH, in seiner Case-Präsentation „Vita Cola – glasklar verpackt und positioniert“ beim diesjährigen Trendtag Glas. Seit der Übernahme vor 17 Jahren hat die Lichtenauer Mineralquellen GmbH Vita Cola entsprechend des heutigen Markenclaims „Nicht normal, aber original“ stets weiterentwickelt. Die Verpackung spielte dabei eine strategisch wichtige Rolle. Und so wurde 2020 eine mehrwegfähige 0,33-Liter-Individualflasche entwickelt und eingeführt, die ganz den Zeitgeist der Generation Z trifft: aus Glas, als 24 x 0,33l Mehrweggebinde mit einer Six-Pack-Unterverpackung, mit einem Schraubverschluss für den To-Go-Konsum, mit einer Griffmulde und einem Vita Cola-Embossing. „Der Erfolg ist überwältigend“, sagte Korn. „Wir hatten 50 Prozent Zuwachs von 2020 auf 2021 und 66 Prozent Plus von 2021 zu 2022 dank der neuen Individualflasche. Was aber ebenso wichtig für uns ist: Die Glasflaschen signalisieren eine Hochwertigkeit, die sich auch in einer verbesserten Preisakzeptanz der Produkte niederschlägt.“ Können Glasflaschen verkaufen – so lautete die Abschlussfrage. Die klare Antwort von Korn: „Ja, das können sie, sehr gut sogar. Die Verpackung ist ein maßgeblicher Erfolgsfaktor.“

### **Auf Klimaneutralitätskurs: Die CO<sub>2</sub>-Roadmap der deutschen Glasindustrie**

Ein ebenso hochaktuelles Thema behandelte **Matthias Leisin** vom Institut für Energiewirtschaft und Rationelle Energieanwendung der Universität Stuttgart in seinem Vortrag „**CO<sub>2</sub>-Roadmap Glasindustrie – Transformationspfade in eine klimaneutrale Zukunft**“. Denn die Dekarbonisierung stellt die Glasindustrie vor große Herausforderungen. „Der Transformationsprozess ist komplex, risikobehaftet und kostenintensiv“, erklärte Leisin. „Dafür gibt es verschiedene Optionen.“ Der wesentliche Baustein ist der Ersatz konventioneller, erdgasbetriebener Wannen durch vollelektrische Schmelzwannen oder Hybrid- bzw. Superhybridwannen. Hybridwannen werden zu 20 bis 40 Prozent elektrisch und zu 60 bis 80 Prozent über gasbasierte Verbrennung betrieben. Bei Superhybridwannen ist es umgekehrt: 60 bis 80 Prozent Strom, 20 bis 40 Prozent Verbrennung. Ausreichend verfügbarer grüner Strom

und ein gut ausgebautes Stromnetz – das sind zwei wichtige energetische und infrastrukturelle Voraussetzungen für die Dekarbonisierung. Das gleiche gilt für Wasserstoff, der in der Glasindustrie ab 2040 zum Einsatz kommen soll, sobald Infrastruktur und ausreichende Mengen dafür zur Verfügung stehen. Eines ist sicher für die Transformation zur CO<sub>2</sub>-Neutralität: Sie erfordert hohe Investitionen, allein ca. 3,2 Milliarden Euro für den Austausch der Schmelzwannen und Anpassung der Energieinfrastruktur in der Behälterglasindustrie. Sicher ist ebenfalls, dass die Energiekosten perspektivisch weiter steigen, da Strom sehr viel teurer als Erdgas ist. Die Glasindustrie setzt sich bereits heute für die notwendigen politischen Rahmenbedingungen, Investitionsförderungen und Klimaschutzverträge ein. „Denn die Dekarbonisierung“, so Leisin. „darf nicht zu einer Deindustrialisierung führen.“

### **Krisen die Stirn bieten: Dr. Christina Berndt über das Geheimnis der Resilienz**

Eine ganz andere Facette zur Krisenbewältigung hat die bekannte Wissenschaftsjournalistin und Bestsellerautorin **Dr. Christina Berndt** in ihrer freien Rede „**Resilienz. Das Geheimnis der psychischen Widerstandskraft**“ aufgezeigt und darin wertvolle Tipps gegeben, wie sich Resilienz trainieren lässt. Denn eine gesunde emotionale und psychische Widerstandskraft kann ein hilfreicher Navigator für das berufliche, aber auch private Leben sein. Die Wissenschaft beschäftigt sich schon seit vielen Jahren mit dem Phänomen, warum es einigen Menschen besser gelingt, Krisen zu bewältigen als anderen. „Selbstbewusstsein und Selbstwirksamkeitserwartung sind der Schlüssel zur persönlichen Resilienz“, erläuterte Berndt. Der erste Tipp von ihr: „Es ist der feste Glaube daran, eine Situation meistern zu können, es ‚schon zu schaffen‘, der stark macht“, ergänzte sie. Deshalb sei es wichtig, sich immer wieder aktiv daran zu erinnern, wie man frühere Krisen bewältigt hat und welche Stärke in einem wohnt. Aber auch ein bewusster Seiten- und Rollenwechsel in stressigen Zeiten fördert die innere Widerstandskraft. „Entscheidend ist, wieder die Oberhand zu gewinnen, die Zügel in die Hände zu nehmen und raus aus der getriebenen Situation zu kommen“, so Berndt. Mitwirkung und -gestaltung sind zwei weitere Resilienzfaktoren – und ebenfalls Teil moderner Führungskulturen. Denn ein Team, das gehört wird, das ernst genommen und wertgeschätzt wird, senkt nicht nur den Krankenstand, sondern stabilisiert Unternehmen. Aber auch soziale Netzwerke und Freundschaften wirken sich positiv auf die Krisenbewältigungskraft aus –

ebenso wie ein positives Denken und die bewusste Wahrnehmung der kleinen Glücksmomente im Alltag. „Krisen sind im Leben eingepreist“, fasst Berndt zusammen. „Wir können ihnen nicht ausweichen, wir müssen uns auf sie einlassen. Je häufiger wir das tun, umso besser ist das. Mit jeder Krise werden wir erfahrener und robuster.“

### **Deutschland im Sparmodus: Wie die Inflation das Einkaufsverhalten verändert**

Gehen wir zurück zu „Geiz ist geil“? Das war die einleitende Frage von **Hanna Kehl**, Insights Director für Consumer Panels & Services bei der GfK. Sie präsentierte in ihrem Vortrag **„Steigende Preise, aber kein Zurück zu ‚Geiz ist geil‘ – wie Shopper auf kreative Weise trotzdem ihren Ansprüchen gerecht werden“** erkenntnisreiche Zahlen und Fakten rund um das Shoppingverhalten der Verbraucher in Deutschland. Das Konsumklima ist von der Inflation stark gebeutelt und die Prognosen für November 2022 sehen düster aus: Der Indexwert fiel auf -41,9 Punkte. Am stärksten trifft die Sparwelle Nahrungsmittel und Getränke. Gleichzeitig sind die Lebensmittelpreise auf Rekordniveau und verzeichnen Preissteigerungen von knapp 12 Prozent aus Endverbrauchersicht. „Die Profiteure sind eindeutig die Eigen- und Handelsmarken“, kommentierte Kehl. „Sie konnten ihre Marktanteile je nach Segment um über 70 Prozent deutlich ausbauen.“ Herstellermarken sind dagegen mit spürbaren Verlusten konfrontiert, entsprechend hat die Zahl an Promotions um 14 Prozent zugelegt. „Wir gehen in günstigere Einkaufsstätten, kaufen günstigere Produkte, Promo-Artikel oder Private Label-Produkte“, so Kehl. Der Discount hat in den letzten Monaten nach einer temporären Schwächung durch Corona wieder um 5,3 Prozent zugelegt, während der Fachhandel (exkl. Online) 11 Prozent verloren hat. Nachhaltigkeit und Convenience bleiben nach Aussage der GfK-Expertin mit Zuwächsen von 3,2 bzw. 6,4 Prozent nach wie vor wichtige Trends, allerdings verschiebt sich der Markt in Richtung der günstigeren Handelsmarken. Lifestyle- und Premium-Produkte und -Marken verzeichnen dagegen ein Minus von 7,5 Prozent. „Der Preis ist wichtig, aber Marken dürfen trotzdem ihr Mehr-Sein nicht verlieren“, betonte Kehl. Die Differenzierung zwischen Herstellermarke und Eigenmarke wird dabei immer schwieriger. „Wir gehen nicht zurück zur ‚Geiz ist geil‘-Ära“, fasste Kehl zusammen. „Das neue Motto lautet: Geiz und Charakter sind geil.“



## **Warsteiner: Die Logistik-Krise über ein multimodales Konzept meistern**

Ein Vorreiter in puncto Logistik und Supply Chain – das will Warsteiner mit seinem multimodalen Logistikkonzept sein. Schon vor 17 Jahren begann es mit einem eigenen Gleisanschluss mit mehr als sieben Kilometern Gleisen. Daraus entstand über die Jahre eine hochmoderne Supply Chain, die **Daniel Küster**, Leiter Supply Chain Management und Mitglied der Geschäftsleitung in seiner Präsentation **„Multimodaler Baustein in der Getränke Logistik – Warsteiner liefert Getränke `door2door` über die Eisenbahn aus“** vorstellte. Mit dem Konzept begegnet die Brauerei aus dem Sauerland verschiedenen Herausforderungen. „Uns fehlen Fachkräfte im Logistikbereich und LKW-Fahrer“, sagte Küster. „Gleichzeitig gibt es einen Mangel an externen Transportkapazitäten, die Preise sind enorm gestiegen und die Emissionen müssen gesenkt werden. Darüber hinaus müssen wir eine lückenlose und verlässliche Logistikkette aufbauen. Das alles hat uns veranlasst, den Gütertransport über die Eisenbahn stärker in den Fokus zu rücken.“ Dafür sind bei Warsteiner eigene Ganzzüge mit Containern im Einsatz, die von einer Elektro-Lok gezogen werden. 40 Container passen auf einen Zug, der von nur einem Zugführer gesteuert wird. Im Straßenverkehr bräuchte es dafür 40 LKWs plus Fahrern – eine deutliche Einsparung von Personaleinsatz, Kosten und CO<sub>2</sub>-Emissionen. 78 Prozent weniger CO<sub>2</sub> entsteht durch den Transport per Eisenbahn, die NO<sub>x</sub>-Werte reduzieren sich um 53 Prozent. LKWs kommen vorrangig für die letzte Meile und den Weg zum Kunden zum Einsatz. Im Zuge der Professionalisierung der Supply Chain hat Warsteiner in diesem Jahr ein Tochterunternehmen gegründet: BOXX Intermodal Logistics heißt es und es verfügt neben einer Eisenbahn über einen eigenen Container-Terminal und eine Lagerfläche für über 200 Container. Die Logistik-Tochter liefert nicht nur Warsteiners eigene Produkte aus oder holt das Leergut aus ganz Deutschland zurück ins heimische Sauerland. „Wir transportieren alle containerfähigen Güter“, betonte Küster. „Und das ökologisch-nachhaltig und: pünktlich.“

## **Verpackungen aus Glas**

Glas verpackt. Es bewahrt den Geschmack von Getränken, erhält die Nährstoffe von Lebensmitteln und bildet die hochwertige Hülle für Parfüm und Kosmetika. Zudem gibt Glas Arzneimitteln unterschiedlicher Art einen absolut sicheren Schutz. Kurzum: Kaum ein



Verpackungswerkstoff lässt sich so branchenübergreifend und vielseitig einsetzen wie Glas. Dabei ist Glas nicht nur eine funktionell intelligente und wertvolle Verpackung. Glas gibt es auch in vielen Farben. Und es lässt sich nicht nur sehr formschön und individuell gestalten, es unterstützt ferner auch die Markenbildung. Glas wird fast ausschließlich aus in der Natur vorkommenden – meist heimischen – Rohstoffen hergestellt und lässt sich zu 100 Prozent recyceln. Es schützt also Umwelt, Klima und Gesundheit. So zählen Glasverpackungen zu den nachhaltigsten Verpackungen, die es auf dem Markt gibt.

### **Das Aktionsforum Glasverpackung**

Das Aktionsforum Glasverpackung ist eine Initiative der Behälterglasindustrie in Deutschland und Teil des Spitzenverbandes der deutschen Glasindustrie, dem Bundesverband Glasindustrie e. V. Seit dem Jahr 2000 gibt es das Aktionsforum Glasverpackung, dessen Anliegen es ist, die vielen Besonderheiten und Pluspunkte der Glasverpackung gegenüber Verpackungsentscheidern und der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Das Aktionsforum Glasverpackung ist darüber hinaus erster Ansprechpartner in Deutschland für alle Fragen rund um den Verpackungswerkstoff Glas. Zu den wichtigsten Informationsmedien zählt die Website [www.glasaktuell.de](http://www.glasaktuell.de) und der regelmäßig erscheinende Newsletter GLASKLAR, den Interessierte über die Website kostenlos abonnieren können. Übrigens: Fotos von Glasverpackungen aller Art bietet eine umfangreiche Fotodatenbank auf [www.glasaktuell.de](http://www.glasaktuell.de).

### **Pressekontakt**

Pressestelle Aktionsforum Glasverpackung  
c/o zeron GmbH / Agentur für PR & Content  
Christiane Leimke  
Erkrather Str. 234a  
40233 Düsseldorf  
Tel.: 0211/8892150-41  
Fax: 0211/8892150-50  
E-Mail: [presse@glasaktuell.de](mailto:presse@glasaktuell.de)