



Zuverlässige Zahlen für
zukunftsweisende Entscheidungen.

Die Verpackung: so wichtig wie das Produkt darin.

Die moderne Warengesellschaft ist ohne Verpackungen nicht mehr vorstellbar. Die meisten Produkte werden auf die eine oder andere Weise verpackt, seien es Getränke, Lebensmittel, Kosmetika, Möbel, Baustoffe oder chemische Produkte der Industrie.

So wurden 2007 16,4 Millionen Tonnen Verpackungen in Deutschland verbraucht; das sind mehr als 200 Kilogramm pro Einwohner.

Dabei haben sich die Aufgaben für Verpackungen verändert. Früher hatte jede Verpackung eine klare Funktion: ein bestimmtes Produkt aus Industrie oder Landwirtschaft sicher zu schützen und leichter transportabel zu machen. Heute müssen Verpackungen auch informieren, frisch halten, die Logistik dokumentieren, ein Erlebnis vermitteln oder sogar begeistern, um etwa die Aufmerksamkeit des Parfum-Käufers zu erlangen.



Die GVM beobachtet die Trends und dokumentiert, ob sie erfolgreich sind und welche Bedeutung sie für die Verpackungswelt haben. Dazu gehört die Entwicklung der vielfältigen Füllgutmärkte genauso wie die Innovationen in der Verpackungsbranche.

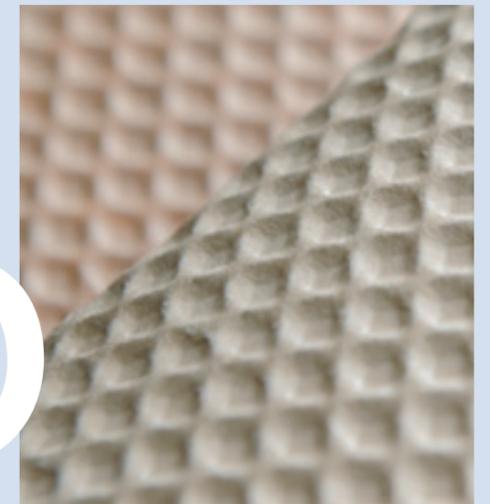
Zum Beispiel:

- RFID garantiert die Originalität eines Markenartikels oder die Frische eines Lebensmittels.
- Mit MAP oder intelligenten Verpackungen bleiben Lebensmittel länger frisch.
- Innovative Fertigerichte erfordern mikrowellengeeignete Verpackungen.

Ganz sicher wird die **Faszination** des Themas Verpackung in Zukunft weiter wachsen. Denn Verpackungen müssen immer neue Aufgaben übernehmen, und dazu sind ständig neue oder weiterentwickelte Materialien erforderlich. Die GVM **dokumentiert** diese Faszination präzise und überzeugend in Zahlen, die unseren Kunden wertvolle Aussagen für ihre Arbeit liefern.

Bienen produzieren rund 150 g Wachs für die Waben, in denen bis zu 2.500 g Honig aufbewahrt sind – also rund 60 g Verpackung pro 1.000 g Produkt. Zum Vergleich: In der Lebensmittelindustrie werden dazu rund 20 g Kunststoff benötigt. Aber Wachs ist zu 100 % recycelbar.

60





Erst die richtigen Schlüsse machen Daten wertvoll.

Ein so bedeutendes Wirtschaftsgut wie die Verpackung sagt einiges aus über Entwicklungen und Trends in der Industrie wie in der Gesellschaft. Zum Beispiel: Welche Verpackungsmaterialien und -größen verwendet die Süßwarenindustrie? Nimmt der Marktanteil von Verpackungsgrößen für Single-Haushalte zu? Wie sieht die Verwertungsbilanz der Verpackungen aus? Ihnen werden spontan Fragen aus Ihrem Bereich einfallen.

Die Einzelfolienverpackungen für Spül- und Waschmaschinentabs summieren sich auf 1.500 t im Jahr.

1.500



Für unsere Kunden sind Daten, die diese Fragen beantworten, in vielen Fällen nicht zugänglich, in anderen Fällen zu zahlreich, um verlässliche Schlüsse daraus zu ziehen.

Die GVM gibt wertvolle und zuverlässige Entscheidungshilfen. Die Studien der GVM verteilen sich auf drei unterschiedliche Sektoren:

- Food
- Getränke
- Non-Food

Dabei untersucht die GVM die **Stoffströme** der Verpackung und ihrer **Bestandteile** über die jeweiligen Stufen der **Verarbeitung** und des **Einsatzes** hinweg:

- Entwicklung und Herstellung
- Einsatz und Verbrauch
- Rücklauf und Entsorgung bzw. Recycling

Die **Fragestellungen** betreffen alle wirtschaftlichen Ebenen:

- Einzelmärkte und Branchen
- Einzelne Unternehmen
- Politische Rahmenbedingungen

Langfristige Beobachtungen – Auswertungen – Prognosen.

Die GVM bedient sich bei ihren **Beobachtungen** und **Analysen** aller modernen Methoden der Marktforschung. Interviews und Store Checks, Musterkäufe, ausführliches Desk Research und verlässliche Auswertungen liefern **Entscheidungsgrundlagen** für Politik, Handel und Industrie. Bei besonderen Fragestellungen bilden die Experten der GVM strategische Partnerschaften mit Spezialisten anderer Disziplinen.

So entstehen **Datenbanken**, die mehr als zehn Jahre abdecken und die Sie in dieser Art kein zweites Mal in Deutschland finden werden. Die Datenbanken bilden die Grundlage für die weitergehende Arbeit der GVM. Sie beginnt bei qualifizierten **Hochrechnungen und Analysen**

für Teilmärkte und reicht bis zu **Trendberechnungen, Prognosen** und dem Erstellen ganzer **Szenarien**.

Die GVM hat ihre **Alleinstellung** im Markt nach und nach erarbeitet. Entscheidend ist dabei auch die Erfahrung der einzelnen Mitarbeiter, die zum Großteil schon lange Jahre für die GVM tätig sind und über Spezialwissen in Einzelbereichen verfügen. Daraus resultiert eine von allen Seiten anerkannte **Kompetenz**, die inzwischen weit über die Grenzen Deutschlands hinausgeht.

Ein weites Netz persönlicher **Kontakte** zu Entscheidern sorgt für zusätzlichen **Wissenstransfer** von Informationen, die verlässlicher kaum sein können.

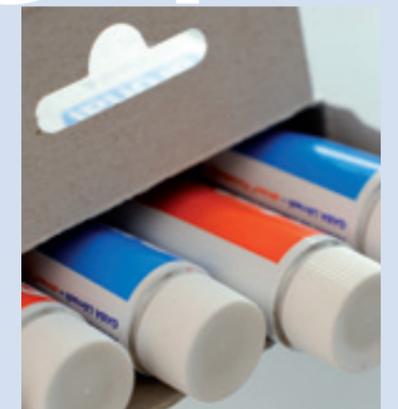
So kann die GVM als **unabhängiger** Berater bei wegweisenden Entscheidungen maßgebliche Unterstützung leisten, indem sie:

- inhaltlich alle Felder innerhalb der **Wertschöpfungskette Verpackung** abdeckt
- in der **Marktforschung** von der individuellen Einzelkundenbetrachtung bis zum Branchenüberblick valide Aussagen trifft



203.340

203.340 Datensätze, 1.080 Füllgutsegmente, 281 Packstoffe, 278 Formen, 106 Packmittelsegmente, 43 Produktgruppen, 36 Packstoffgruppen, 24 Packmittelstufen, 15 Stoffgruppen, 9 Jahre rückwirkend, 8 Mitarbeiter, 2 Geschäftsführer, 1 Team.





Unabhängigkeit in jeder Richtung ist ein Qualitätsversprechen.

Eine besondere Stärke der GVM ist die **Unabhängigkeit** von Wirtschaft, Verbänden oder Politik. Diese Unabhängigkeit basiert darauf, dass einerseits die Auftraggeber breit gestreut sind und andererseits sich die GmbH allein im Eigentum der beiden Geschäftsführer befindet. Damit ist gewährleistet, dass die GVM **unbeeinflussbar** berät und souverän in ihrer Meinungsbildung ist.

Das schätzen auch unsere Kunden, seien es:

- öffentliche Hand und Politik
- Packmittelindustrie, Maschinenbau und die abfüllende Industrie
- Handel, Entsorgungsgewerbe und Entsorgungsdienstleister
- Beratung und Kommunikation

Unsere Auftraggeber kommen aus fast allen Teilen der Wirtschaft und Gesellschaft und umfassen Einzelunternehmen, Verbände und andere Institutionen.



20

Vorteil Portionsverpackung: 700 ml Ketchup in 20-ml-Portionsverpackungen benötigen weniger Kunststoff als eine handelsübliche 700-ml-Quetschflasche.

Eine Geschichte mit Zukunft.

Zuverlässige Zahlen für zukunftsweisende Entscheidungen zu liefern – das ist das Leitmotiv der GVM. Unter der Geschäftsleitung von Jürgen Heinisch und Kurt Schüler ist die GVM für die Zukunft und neue Aufgabenstellungen bestens gerüstet. Garant dafür ist die **Kompetenz der Mitarbeiter**, die eine starke **Konstante** in der Entwicklung und für die Zukunft der GVM darstellt.

Deshalb übernimmt die GVM eine **Führungsposition** dabei, zukünftige Entwicklungen zu analysieren und zu bewerten:

➤ **Europa** wird als **Markt** und auch als **Gesetzgeber** eine wachsende Beachtung finden. Die Kunden der GVM kommen immer häufiger aus dem EU-Raum und stellen ihre Fragen sowohl zu den eigenen als auch zu fremden Märkten.

➤ **Trends** in Industrie und Gesellschaft entwickeln sich in immer schnelleren Rhythmen. Die GVM dokumentiert sie zeitnah.

➤ **Beratung und Konzeptentwicklung** über Grenzen hinweg: Die GVM wird über physische und ökonomische Grenzen hinaus präsent sein. Und sie wird den Austausch mit anderen relevanten Forschungsdisziplinen vermehrt suchen.

In den über 30 Jahren ihres Wirkens hat die GVM einen immensen Erfahrungsschatz gesammelt und eine Kompetenz aufgebaut, die ihresgleichen sucht – wovon Sie, unsere Kunden, profitieren.

Und natürlich sind wir weiter gespannt und neugierig auf die Fragen, die Sie uns morgen stellen werden. Rufen Sie uns einfach an oder wenden Sie sich per E-Mail an uns. Wir freuen uns auf Sie.



72

Für die Verpackungsverordnung, die der Bundestag 1991 beschloss, wurde der Mehrweganteil an der Gesamtmenge der Getränkeverpackungen auf 72 % festgelegt. Diese Zahl resultiert aus den Forschungen der GVM.



Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung 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

gvm Gesellschaft für
Verpackungsmarktforschung