

Kurt Schüler
Fon +49 (0) 6131.33673 22
k.schueler@gvmonline.de

Mainz, 18.07.2011

Pressemitteilung

1,3 Mio. Tonnen stoffgleicher Nicht-Verpackungen im Markt

Haushaltswaren und Heimwerkerbedarf sind die Warengruppen mit dem höchsten Aufkommen stoffgleicher Nicht-Verpackungen (StNVP), sie machen zusammen mit 0,62 Mio. Tonnen fast die Hälfte des Marktes aus. Spielwaren und Freizeitartikel summieren sich nur auf 0,13 Mio. Tonnen. Das zeigen die Daten zur Marktmenge stoffgleicher Nicht-Verpackungen, die die Mainzer GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung in einer Studie vorgelegt hat. Insgesamt sind 1,32 Mio. Tonnen StNVP im Markt, davon 0,96 Mio. Tonnen Kunststoff und 0,36 Mio. Tonnen Metall.

Kurt Schüler, Geschäftsführer der GVM und Projektleiter der Studie kommentiert die Ergebnisse so: „Wenn die Schätzung des erfassbaren Potenzials von 600 kt durch Cyclos/HTP in der Größenordnung stimmt – und daran habe ich keinen Zweifel – dann liegt die realistische Erfassungsquote für stoffgleiche Nicht-Verpackungen gerade mal bei 45 %. Bei der Festlegung der Quotenvorgaben für StNVP sollte man das im Hinterkopf behalten.“

Bemerkenswert ist auch die Tatsache, dass der Anteil der Importe an der Marktmenge stoffgleicher Nicht-Verpackungen ca. 70 % ausmacht. Das dürfte es erschweren, die Finanzierungsbeiträge von der herstellenden Industrie einzufordern. Zum Vergleich: der Importanteil am Verpackungsverbrauch liegt bei ca. 20 %.

Die Studie enthält Daten über die Marktmenge stoffgleicher Nicht-Verpackungen, differenziert nach 8 Warengruppen und 34 Untergruppen. Die relevanten Produkte werden für alle Untergruppen detailliert aufgelistet. Weitere Informationen zur Studie stehen unter www.gvmonline.de zum Download bereit.

Bei Fragen zur Presseerklärung oder zur Studie stehen Ihnen Kurt Schüler (v.i.S.d.P.) oder Dzeni Gorgioska (06131-33673-0) gerne zur Verfügung.

Anlage

Graphik: Marktmenge stoffgleicher Nicht-Verpackungen nach Warengruppen (2009)

Grafik: Marktmenge stoffgleicher Nicht-Verpackungen nach
Warengruppen (2009)

