

Pressemitteilung: Expertenkommentar

Plastikverbot: wie Hersteller jetzt reagieren sollten

In der EU soll Einweg-Plastik künftig verboten sein – das stellt Hersteller aus der Kunststoff- und Verpackungsbranche vor große Herausforderungen. Wie sie ihr begegnen? Mit einer stärkeren Differenzierung des Produktangebots. Ein Expertenkommentar von Dr. Daniel Bornemann, Partner bei der globalen Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners.

Bonn, 19. Dezember 2018 – Mit dem Ziel, das Auftreten von Plastikmüll in Umwelt und den Weltmeeren zu verringern, haben sich Unterhändler des EU-Parlamentes und der Mitgliedsstaaten auf ein EU-weites Verbot von Einweg-Plastik geeinigt. Ab 2021 sollen Gegenstände aus Einweg-Plastik, für die es nachhaltigere Alternativen gibt, nicht mehr verkauft werden dürfen. Dazu gehören etwa Trinkhalme, Luftballonstäbe, Einmalgeschirr und Wattestäbchen. Im nächsten Schritt muss das Verbot noch vom EU-Parlament und den einzelnen Mitgliedsstaaten offiziell bestätigt werden.

Konsumenten zahlen für mehr Nachhaltigkeit

Die Auswirkungen dieses Verbots ganzer Produktgruppen auf Hersteller aus der Kunststoff- und Verpackungsindustrie sind gewaltig. Obwohl sich die Branche bereits seit Jahren immer nachhaltiger aufstellt, geraten sie jetzt unter konkreten Zugzwang. Gesetzgeber, Handelspartner und Konsumenten verlangen in einem absehbaren Zeitrahmen nachhaltige Alternativen zu Plastikstrohhalm und Co. – jetzt müssen die Unternehmen strategisch reagieren. Die Lösung ist eine stärkere Differenzierung des Produktangebots unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten. Das betrifft nicht nur Plastikverpackungen und -produkte, sondern sollte sich durch alle Materialarten und die gesamte Supply-Chain ziehen. Nachhaltige Rohstoffe, Produktionsbedingungen und Herstellungswege: Diese Eigenschaften steigern den Wert eines Produktes. Und damit rechtfertigen sie auch einen höheren Preis, laut aktuellen Studien selbst in den Augen von Endkonsumenten. Daher: Ein unter Nachhaltigkeitsaspekten ausdifferenziertes Produktportfolio mit entsprechender Preisgestaltung muss her. Mit dieser müssen die Unterschiede und der damit einhergehende

Mehrwert transparent an Handelspartner und Konsumenten kommuniziert werden. So sind Unternehmen gut gegen das anstehende Plastikverbot gewappnet.

Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants: *Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf TopLine Power® ausgerichtet. Laut mehrerer Studien unter deutschen Top-Managern (manager magazin, Wirtschaftswoche, brand eins) ist Simon-Kucher bester Marketing- und Vertriebsberater und führend im Bereich Pricing und Wertsteigerung. Die Unternehmensberatung ist mit über 1.200 Mitarbeitern in 38 Büros weltweit vertreten.*

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Franziska Harsch (Public Relations Manager)

Tel: +49 69 905010 642

E-Mail: franziska.harsch@simon-kucher.com

www.simon-kucher.com