GEA treibt Optimierung des Produktionsnetzwerks voran und investiert in Standortausbau in Polen

Die GEA Group AG hat strategische Leitlinien und signifikante Investitionen für die weitere Optimierung ihres Produktionsnetzwerkes beschlossen. Die Produktion am Standort in Bodenheim bei Mainz soll in diesem Zusammenhang bis Ende 2024 geschlossen werden. Das Werk im polnischen Koszalin wird zum Kompetenzzentrum für Pumpen und so genannte spanende Bearbeitung ausgebaut. In diesen Ausbau investiert GEA rund 30 Mio. Euro. Auch an weiteren Standorten werden Investitionen sowie eine Konsolidierung von Produktions- und Prozessschritten erfolgen. Ziel ist es, das globale Produktionsnetzwerk von GEA weiter zu stärken, um so die Produktivität zu steigern und die Gesamtkosten zu senken.

#PETition– Pfand für alle

Nachhaltig sein ist 2020 kein Trend mehr, sondern eine Lebenseinstellung, die uns alle betrifft. Dazu gehört der bestmögliche Umgang mit Ressourcen. 100 % Recycling, 0 % Verbrennung, 0 % Umweltverschmutzung – mit dieser Vision startet innocent eine Kampagne und setzt sich dafür ein, dass künftig alle Einweg-PET-Flaschen über das Pfandsystem verwertet werden können.

Kleine Änderung, große Wirkung: Alle Einweg-PET-Flaschen, die in Deutschland verkauft werden, sollen nach Gebrauch wieder zu Flaschen werden. Nur so wird ein geschlossener Wertstoffkreislauf möglich. Aktuell sind Obst- und Gemüsesäfte, wie die Produkte von innocent, aber auch alkoholische und milchhaltige Getränke vom Pfandsystem in Deutschland ausgeschlossen. Das soll sich ab sofort ändern. Pfand für alle!

Um Politik und Gesellschaft auf das Thema aufmerksam zu machen, startet innocent am 1. Oktober eine Kampagne. Ein zentrales Element ist eine Petition beim Deutschen Bundestag, mit der möglichst viele Unterschriften gesammelt werden sollen. Jeder Mitzeichner kann das Anliegen von innocent unterstützen, dass künftig alle recyclingfähigen PET-Flaschen in Pfandautomaten zurückgegeben werden können – ganz egal welches Getränk sich darin befindet.

© innocent

Dieser Schritt hätte eine enorme Wirkung auf Umwelt- und Klimaschutz und das, ohne dass Konsumenten ihr Verhalten komplett verändern müssen. Denn in Deutschland werden pro Jahr aktuell mehr als 16 Milliarden Einweg-PET-Flaschen in Umlauf gebracht. Etwa 10 % davon werden für Saft verwendet. Das sind in der Summe allein 1,5 Milliarden Flaschen, die derzeit nicht bestmöglich recycelt werden.

Werbemarkt für Fruchtsäfte mit hoher Werbekonzentration

Das Werbevolumen für Fruchtsäfte hat im Vergleich zum Vorjahr zugelegt. TV ist das Hauptwerbemedium. Es herrscht eine hohe Werbekonzentration: auf drei Topwerber entfallen 62 Prozent des gesamten Werbevolumens.

Im aktuellen Zwölf-Monats-Zeitraum liegt das Werbevolumen für Fruchtsäfte – Smoothies inklusive – bei rund 29 Millionen Euro. Nach einem Werbetief im Analysejahr 2018/2019 haben die Spendings nun wieder etwas angezogen. Leicht gestiegen ist ebenfalls die durchschnittliche Anzahl Werbungtreibender. Sie liegt damit bei zwölf Anbietern pro Monat. Der Werbepeak fällt wie im Vorjahr in den September, eine kleinere Werbespitze ist regelmäßig im Frühjahr zu beobachten.

Im Mediensplit zeigt sich TV als präferiertes Werbemedium der Branche, aktuell mit einem Anteil von 86 Prozent. Auf Publikums- und Fachzeitschriften entfallen elf Prozent, Internetbanner- und Radiowerbung findet nur wenig Anwendung. In der Kommunikation der Nutzenargumenten stellen manche werbestarken Marken den Verzicht auf Konservierungsstoffe, Farbstoffe oder künstliche Süßstoffe heraus.

Im Werbemarkt für Fruchtsäfte zeigt sich eine hohe Werbekonzentration. Über alle analysierten Marken stellen Capri-Sun, Hohes C und Innocent das Topwerber-Trio und repräsentieren einen Share of Advertising von 62 Prozent. Zwei dieser Marken stocken ihre mediale Kommunikation im Vergleich zum Vorjahr kräftig auf. Auch die Marke Albi intensiviert ihre Werbeaktivitäten und zählt damit zu den Top-Aufsteigern. Sechs Marken verzeichnen ein Werbevolumen von über einer Million Euro, die Hälfte davon mit wachsenden Spendings im Vergleich zum Vorjahr.