

PRESSEINFORMATION

Brancheninterview Teil 3 von 3 mit Patrick Semadeni zur Fachmesse «EMPACK 2023» in Zürich

«Nichts geht über den persönlichen Kontakt!»

Die Schweizer Verpackungsbranche trifft sich bei der «EMPACK 2023» in Zürich. Das Leitthema der Messe, die von 25. bis 26. Januar 2023 stattfindet, ist «The future of packaging». Sie fokussiert die neuesten Lösungen und Dienstleistungen für ökologische, zukunftsorientierte und nachhaltige Verpackungsentwicklungen. Im Brancheninterview sprechen wir mit Patrick Semadeni über «The future of packaging». Er ist unter anderem CEO der Semadeni Plastics Group und Experte für Kreislaufwirtschaft sowie nachhaltigen Einsatz von Kunststoff. Im 3. Teil sprechen wir u.a. über Projektbeispiele der «circular economy», was Politik und Industrie tun sollten und welche Themen noch zu beachten sind, um erfolgreich im Verpackungsmarkt zu bestehen.

Reinach/Zürich, 09.11.2022

Herr Semadeni, für die Tochterfirma der Semadeni Plastics Group, die Logo-Plastic AG, steht die Kreislaufwirtschaft im Mittelpunkt. Haben Sie Projektbeispiele, die für zukünftige, nachhaltige «circular economy» Konzepte als Leuchtturmprojekte dienen können?

Da gibt es viele Projekte, aber leider sind die meisten noch in der Pilotphase, und darüber kann ich noch nicht allzu viel sagen. Diese Projekte bewegen sich auch in Bereichen ausserhalb des Siedlungsabfalls. Wir haben in der Schweiz ja immer noch das Abfallmonopol der Kantone. Im Moment wird das Umweltschutzgesetz revidiert und kommt demnächst in die Kommission für Umwelt, Raumplanung und Energie des Nationalrats. Wir wissen noch nicht, wie der Ausgang der Beratungen sein wird. Aber im B2B-Bereich mit Geschäftskunden sind wir dran, diverse Loops zu schliessen. Im Konsumgüterverpackungsmarkt setzen wir Rezyklate ein. Es gibt

viele Verpackungen im Non-Food-Bereich mit Rezyklat-Anteil zwischen 50 und 100 Prozent -die meisten Verpackungen in diesem Bereich weisen Rezyklat Anteil auf. Da gibt es natürlich Optionen, was die Herkunft des Rezyklats betrifft. Es gibt die ganz normalen «Post-Consumer Recyclingkunststoffe», also aus gemischten Sammlungen - beispielsweise der «Gelbe Sack» in Deutschland. Dann gibt es aber auch Kunststoffe, die aus Produkten stammen, die man in Schwellenländern beispielsweise am Strand einsammelt, statt dass sie später im Meer landen. Wir sprechen deshalb auch von «Ocean Bound Plastics», den wir zu neuen Produkten verarbeiten. Ein anderes Beispiel ist «Ocean Plastics»: Da geht es um alte Fischernetze, die man mit den herkömmlichen Anlagen nicht wirklich recyceln oder verwerten kann. Ein Unternehmen in Dänemark schafft es tatsächlich, daraus dann ein Granulat zu machen, und wir stellen neue Verpackungen mit diesem Material her. Auch das ist ein schönes Beispiel dafür, wie man Abfallströme nutzen kann, um neue Kunststoffe herzustellen und dabei auch viel Gutes für den Klimaschutz zu tun - denn die Emissionsfaktoren bei Rezyklaten liegen viel tiefer als die von Neumaterial. Eine schwedische Studie hat gezeigt, dass bis zum Jahr 2050, wenn die Energiewende und die Kreislaufwirtschaft geschafft sind, die Emissionsfaktoren auf deutlich unter 1 gesenkt werden können. Das heisst, pro Kilo Kunststoff habe ich dann vielleicht noch 100 oder 200 Gramm CO₂-Äquivalente. Schon aus dem Gebot des Klimaschutzes heraus ist es extrem wichtig, so viele Rezyklate wie möglich einzusetzen.

Aus diesen Inputs können wir nun schlussfolgern, dass «The future of packaging» ganz komplex in vielen Themenbereichen liegt. Was ist aus Sicht eines Kunststoff-/Verpackungsexperten Ihre ganz persönliche Botschaft an all die Stakeholder, also nicht nur Verbraucher, Politik oder Unternehmen?

Wir müssen es gemeinsam machen! Man braucht Partnerschaften. Wenn ich etwas gelernt habe in den vergangenen sechs Jahren, als wir im Unternehmen begonnen haben, unsere Geschäftsmodelle auf Nachhaltigkeit anzupassen: Wir müssen auch ans Lebensende der Verpackung denken und Optionen anbieten, und wir sollten uns dabei auf die Ziele für nachhaltige Entwicklung der UNO ausrichten. Bei all diesen Dingen habe ich jedoch sehr schnell gemerkt, dass wir es nicht alleine umsetzen können. Es gibt immer Schnittstellen in der Wertschöpfungskette, die beachtet

werden müssen. Solche Projekte kann man eigentlich nur gemeinsam - zu Englisch als «Collective action» - umsetzen. Mein Aufruf an alle Stakeholder ist es, offen, unternehmerisch und ein bisschen abenteuerlustig zu sein, um neue Horizonte zu erschliessen. Auch wenn mal ein Projekt zu Beginn nicht so erfolgversprechend aussieht, sollte dennoch die Anstrengung unternommen werden um das ganze Verpackungs- und Kunststoffsystem nachhaltiger zu gestalten. Dann hat das Thema Verpackung definitiv eine ganz grosse Zukunft. Aber nur dann.

Auch auf De-Globalisierung, Ressourcenknappheit und so weiter wird bei der «EMPACK 2023» in Zürich ein grosser Fokus als Teil des Rahmenprogramms liegen. Wo sehen Sie Herausforderungen, für die man Lösungen braucht, und welche Messethemen stehen für Sie im Zentrum?

Die grösste Herausforderung im Moment ist die Ungewissheit. Wir leben in einer völlig volatilen Welt. In den letzten zwei Jahren haben wir Entwicklungen gesehen, die wir nicht für möglich gehalten haben: angefangen bei der Pandemie über die Nichtverfügbarkeit von Rohstoffen und Preisexplosionen bei Kunststoffen bis hin zu gestörten Logistikketten - Probleme, die bis zum heutigen Tag anhalten -, und jetzt kommt noch die Energiekrise dazu. In Deutschland hat eine Umfrage der IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e. V., des Verbands der deutschen Verpackungsindustrie für Kunststoffe, gezeigt, dass jedes fünfte Unternehmen schon in Existenznot ist. Die Energiekrise ist im Moment definitiv unser grösstes Problem und unsere grösste Bedrohung. Die hohen Energiekosten lassen sich nicht in jedem Fall auf die Kunden umwälzen. Wir erleben das jetzt ganz deutlich im Detailhandel in Deutschland, wo gewisse Markenartikel ausgelistet werden, weil der Detailhandel die Preissteigerungen der Markenartikler nicht annimmt. Das von grosser Unsicherheit geprägte Umfeld führt zu einer geringeren Nachfrage

Was ist hierbei Ihre persönliche Botschaft?

Wichtig ist bezüglich Energiemangellage die Botschaft an Politik und Verwaltung: Wenn es zu Stromkontingentierung und Netzabschaltungen kommt, muss man sich gut überlegen, wo diese greifen sollen. Wenden wir das Giesskannenprinzip an, oder nehmen wir gewisse Branchen aus, wie die Verpackungs- und Kunststoffindustrie? Denn dort entstehen Produkte, die einfach lebensnotwendig

sind. Denken Sie an den ganzen medizinischen Bereich oder die Lebensmittelherstellung. Es geht nicht ohne diese Produkte - und die werden nun mal von diesen Industrien hergestellt. Ich hoffe, dass diese Botschaft auch von der Politik und Verwaltung gehört wird, falls diese Entscheidungen getroffen werden müssen.

Wie stehen Sie zur «EMPACK» als nationalem Treffpunkt der Schweizer Verpackungsbranche? Was ist da das Wichtige, worauf Sie sich jetzt auch schon persönlich freuen?

Also eines ist ganz klar: Nichts geht über den persönlichen Kontakt. Wir haben es in der Pandemie erlebt, wie die Auswirkungen der ganzen Online-Meeting sind. Abends hat man schon mal Kopfschmerzen, weil man ständig in den Bildschirm schaut. Der persönliche Kontakt schafft eine ganz andere Vertrauens- und Diskussionsbasis sowie Gesprächskultur. Daher bin ich der Meinung, dass eine Messe als nationaler Treffpunkt der Branche absolut notwendig und wichtig ist. Wir sind somit auch sehr froh, dass die «EMPACK 2023» diesen Treffpunkt und diese Plattform bietet.

Vielen Dank Herr Semadeni.

(7'531 Zeichen)

Hören Sie auch in den gesamten **Easyfairs Podcast mit Patrick Semadeni** rein und abonnieren den Kanal auf unserem Blog:

www.empack-schweiz.ch/de/messeblog/

Sichern Sie sich bereits jetzt Ihren kostenlosen Eintritt mit dem **Gutschein-Code «2116»** auf der Website der «EMPACK 2023».

www.empack-zuerich.ch

Informationen über Easyfairs

Easyfairs organisiert und veranstaltet Events, die **Communities unter dem Motto «Visit the future» zusammenbringen.**

Wir organisieren derzeit 200 Events in 14 Ländern (Algerien, Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Italien, Niederlande, Norwegen, Portugal, Spanien, Schweden, Schweiz und Grossbritannien) und betreiben 8 eigene Messegelände in Belgien, den Niederlanden und Schweden (Antwerpen, Gent, Mechelen-Brüssel Nord, Namur, Gorinchem, Hardenberg, Malmö und Stockholm).

In der D-A-CH-Region organisiert Easyfairs u.a. die all about automation, die KPA Kunststoff Produkte Aktuell, AQUA Suisse, die EMPACK, die FMB, die LOGISTICS & AUTOMATION, die LOGISTICS & DISTRIBUTION, die maintenance, die PUMPS & VALVES, die RECYCLING-TECHNIK und die SOLIDS.

Unser Ziel ist es, das Geschäftsleben unserer Kunden zu vereinfachen und den Return on Investment für professionelle Communities durch unsere All-in-Formate, fortschrittliche Technologien und einen kundenzentrierten Ansatz zu erhöhen.

Unsere digitalen Formate und Initiativen bieten unseren Communities hervorragende Möglichkeiten, **sich effektiv zu vernetzen und das ganze Jahr über Geschäfte zu machen.** Wir hören auf unsere Communities, um überzeugende Online-Formate zu schaffen, die zu ihren sich ständig weiterentwickelnden Bedürfnissen passen.

Die Easyfairs Gruppe beschäftigt 700 hochengagierte Talente, setzt die besten Marketing- und Technologie-Tools ein und entwickelt Marken mit einer starken Anziehungskraft für unsere Stakeholder.

Im Jahr 2018 wurde Easyfairs zum belgischen «Entrepreneur of the Year®» ernannt und erhielt die Auszeichnung als «**Best Managed Company**» und «**Great Place to Work**» von **Deloitte**. Im Jahr 2022 verlieh Deloitte Easyfairs zum vierten Mal in Folge den Status «Best Managed Company».

Easyfairs ist stolz darauf, laut der jährlichen AMR-Rangliste zu den 20 besten Messeveranstaltern der Welt zu gehören.

«Visit the future» gemeinsam mit Easyfairs und erfahren Sie mehr auf www.easyfairs.com

Für weitere Informationen:

Kontakt Easyfairs Switzerland

Kristina Nadjarian
Marketing & Content Manager
Kägenstrasse 17
CH-4153 Reinach
+41 (0)61 228 10 04
kristina.nadjarian@easyfairs.com

Kontakt INOVERIS

Markus Frutig
Geschäftsführer INOVERIS
Bernstrasse 55
CH-8952 Schlieren
+41 (0)44 552 43 00
m.frutig@inoveris.ch