

Global Aluminium Foil Roller Initiative (GLAFRI):

Marktanalyse, Nachhaltigkeit und Promotion von Alufolie im Blick

Die Global Aluminium Foil Roller Initiative (GLAFRI) ist die Marketinginitiative der Aluminiumfolienwalzer mit dem Ziel, die Nachfrage nach Alufolie weltweit zu fördern und ihre Nachhaltigkeit im Wettbewerb der Materialien zu kommunizieren. Die Initiative, 2015 gegründet, wird von 61 Mitglieder aus 25 Ländern in fünf Kontinenten getragen und repräsentiert inzwischen 55 Prozent der weltweiten Produktion von Aluminiumfolie und Bändern, die dünner 200 µm sind. „Damit sind wir gegenüber 2017 um gut zehn Prozent gewachsen – ein Erfolg, auf den wir stolz sind“, erklären GLAFRI-Präsident Göksal Güngör und Director General Stefan Glimm im Gespräch mit dieser Zeitschrift.

Marktanalysen von hoher Qualität

Alle zwei Jahre treffen sich die Alufolienhersteller zu einer Weltkonferenz, die Anfang dieses Jahres in Dubai stattfand. Mit rund 100 Teilnehmern aus 23 Ländern konnte eine hohe internationale Abdeckung erreicht werden. Ein Highlight der Veranstaltung sind die Marktberichte der Mitglieder und des Marktforschungsinstituts CRU, einer der strategischen Partner von GLAFRI. Für die Folienhersteller sind die Berichte zur Marktentwicklung hoch geschätzte Informationen. „Diese Marktberichte, vielfach nach Regionen und Anwendungsfeldern detailliert, bieten eine Analysequalität, die man nirgendwo auf dem Markt kaufen kann“, betont Güngör. Und



GLAFRI president Göksal Güngör

Global Aluminium Foil Roller Initiative (GLAFRI): Focus on market analysis, sustainability and promotion of aluminium foil

The Global Aluminium Foil Roller Initiative (GLAFRI) is the marketing initiative of aluminium foil rollers, and aims to promote the demand for aluminium foil all over the world and to communicate its sustainability in the competition between materials. The Initiative, established in 2015, is supported by 61 members in 25 countries and has since come to represent 55% of worldwide production of aluminium foil and strip thinner than 200 µm. “This means that compared with 2017 we have grown by at least ten percent, a success we are proud of,” explain GLAFRI president Göksal Güngör and director general Stefan Glimm in a discussion with this journal.

Market analyses of high quality

Every two years aluminium foil manufacturers get together at a world conference, which at the beginning of this year took place in Dubai. With around 100 participants from 23 countries a high level of international coverage was achieved. A highlight of the event was the market reports by the members and by the market research institute CRU, one of the strategic partners of GLAFRI. For foil manufacturers these reports on market development provide much-valued information. “These market reports, often broken down by region and field of application, offer a quality of analysis that cannot be bought in any other market,” stresses Güngör. And Glimm adds: “With the last GLAFRI survey about the foil market worldwide we covered around 50% of world production. This allows every participant to draw conclusions about how the market is developing, and with what dynamics.”

The sector can be satisfied with the global development of demand. According to CRU data the worldwide consumption of aluminium foil in 2018 increased by 4% to 5.7 million tonnes. More than half (53%) of this demand came from China. In 2019 a 3.5% growth (to 5.9m tonnes) is expected. “The slight growth downturn can be attributed to

the weakening of China’s economy,” explains Glimm.

Per-capita consumption of aluminium foil, differentiated by region, shows interesting developments over the past years (see diagrams next page). “In three countries, namely China, Japan and South Korea, over the period 2014 to 2017 there was a substantial increase. All three Asian countries are very actively involved in the production of battery foil for electric vehicles. In China the additional per-capita consumption can also be attributed to a growing packaging sector. This demonstrates the changes in the food industry and in consumer habits,” explains Güngör.

“The high per-capita consumption in China is also related to the fact that around 50% of aluminium foil is used in technical applications, such as air-conditioning units in private dwellings. Such foil is relatively thick. The other 50% is used for the packaging of foods. In other countries the ratio of thin packaging foil to foil for technical applications is more like 80 to 20,” says Glimm.

In contrast, the per-capita consumption in India, the second-most highly populated country after China, is still very low. In that country there is huge potential for increasing demand. Güngör and Glimm are sure that



GLAFRI director general Stefan Glimm

CREATING THE FUTURE TOGETHER

We aim to stand by our business partners, unconditionally.
We produce tailor-made solutions for you. We create the
future together with you, using our reliable,
flexible and innovative approach.



Glimm ergänzt: „Bei der letzten GAFRI-Umfrage über den weltweiten Folienmarkt hatten wir eine Abdeckung von rund 50 Prozent der Welterzeugung. Das lässt für jeden Teilnehmer Rückschlüsse darauf zu, wie sich der Markt entwickelt, und mit welcher Dynamik.“

Die Branche kann mit der globalen Entwicklung der Nachfrage zufrieden sein: Der Verbrauch von Alufolie ist 2018 laut CRU-Analyse weltweit um vier Prozent auf 5,7 Mio. Tonnen gestiegen. Gut die Hälfte der Nachfrage (53%) kommt aus China. Für 2019 wird ein Verbrauchszuwachs von 3,5 Prozent auf 5,9 Mio. Tonnen erwartet. „Der leichte Rückgang beim Wachstum hat mit der Abschwächung der chinesischen Wirtschaft zu tun“, so Glimm.

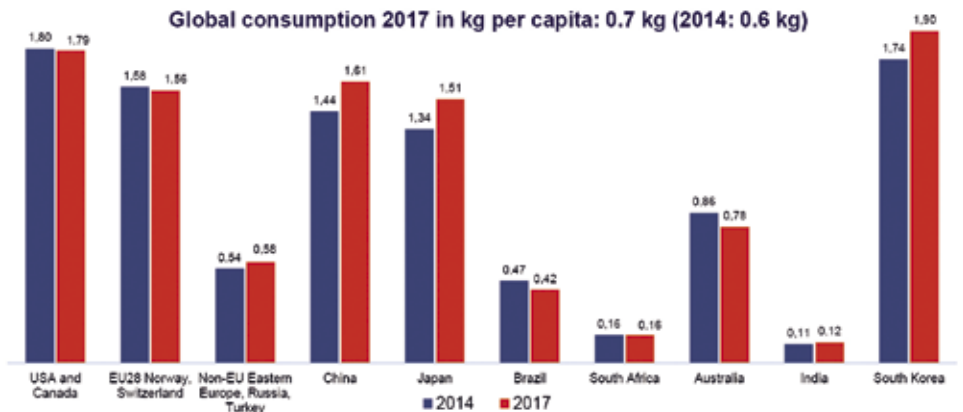
Der Pro-Kopf-Verbrauch von Alufolie nach Regionen differenziert zeigt interessante Entwicklungen in den vergangenen Jahren auf (siehe Grafiken). „In den drei Ländern China, Japan und Südkorea ist im Zeitraum 2014 bis 2017 ein deutlicher Anstieg zu sehen. Alle drei asiatischen Länder sind stark in der Herstellung von Batteriefolie für E-Fahrzeuge engagiert. In China ist das Plus beim Pro-Kopf-Verbrauch auch mit dem wachsenden Verpackungssektor zurückzuführen. Hier zeigen sich die Änderung des Lebensstils und der Verbrauchsgewohnheiten“, erläutert Güngör.

„Der hohe Pro-Kopf-Verbrauch in China hängt auch damit zusammen, dass etwa 50 Prozent der Alufolie in technische Anwendungen geht, zum Beispiel für Klimaanlage in den privaten Haushalten. Dabei handelt es sich um relativ dicke Folie. Die anderen 50 Prozent gehen in die Verpackung von Lebensmitteln. In anderen Ländern ist das Verhältnis von dünner Verpackungsfolie zu technischen Anwendungen teilweise 80 zu 20“, sagt Glimm.

Der Pro-Kopf-Verbrauch in Indien, dem bevölkerungsreichsten Land nach China, ist dagegen noch sehr gering. Hier besteht ein großes Nachfragepotenzial. Indien, zeigen sich Güngör und Glimm überzeugt, werde in den kommenden Jahren deutlich aufholen. Ein Indiz dafür mag sein, dass hier neue Folienwalzkapazitäten im Aufbau sind. Zwei der im letzten Jahr neu gewonnenen Mitglieder der GLAFRI kommen folglich auch aus Indien, die anderen aus China, Korea und Oman.

Die Konferenz in Dubai war ein voller Erfolg, das Feedback durchgängig positiv, so Glimm. Er zitiert dazu zwei Kommentare von Teilnehmern: „The conference certainly added value to our business“ und „Congratulations for gathering such a representative

Alufoil per capita consumption 2017



audience from the foil rolling world.“

Im September 2021 wird die nächste Weltkonferenz stattfinden, und zwar in Istanbul.

Förderung der Nachfrage nach Alufolie wichtige Anliegen

„Marktzahlen sind von hohem Nutzen für unsere Mitglieder und erhöhen die Bindungsintensität“, betont Güngör. Die Förderung der Nachfrage nach Alufolie in der Verpackung und in technischen Anwendungen sei ein weiteres Anliegen der Initiative.

Ein Beispiel dazu liefert Qingdao Wohler aus China. „Das Unternehmen fördert den Absatz von Alufolienbehältern, indem es den Konsumenten in Kampagnen aufzeigt, wie man Lebensmittel mithilfe von Alufolienbehältern oder Haushaltsfolien zubereiten kann. Es kooperiert dazu auch mit Supermarktketten. Und sogar TV-Spots werden geschaltet, die die positiven Eigenschaften von Alufolie und ihre Vorteile aus Umweltsicht darstellen“, erläutert Glimm.

Eine große Zukunftsanwendung verspricht die E-Mobilität – nicht nur für die Batterieeinhausung aus Aluprofilen und Alublechen, sondern als Batteriefolie. In China, das die E-Mobilität wie kein zweites Land vorantreibt, betrug die Nachfrage nach Batteriefolie 2018 laut CRU-Einschätzung schon über 60.000 Tonnen. Bis 2023 dürfte sich diese Nachfrage mehr als verdoppeln. Und auch die Industrieländer des Westens werden in den kommenden Jahren mit immer mehr E-Fahrzeugen den Einsatz von Batteriefolie voranbringen.

Ein Beispiel für erfolgreichen Knowhow-Transfer ist die Alufoil Trophy. Sie ist seit Jahrzehnten in Europa ein erfolgreiches Kommunikationsmittel, um Innovation im Folienbereich zu promoten. Und Gewinner der Trophy haben anschließend auch schon den

in the coming years India will be catching up. A sign of this maybe that new foil rolling capacities are being constructed. Two of the new members which joined GLAFRI last year came from India, the others from China, Korea and Oman.

The conference in Dubai was a complete success, says Glimm, and the feedback unanimously positive. To show that, he quotes two comments from participants: “The conference certainly added value to our business” and “Congratulations for gathering such a representative audience from the foil rolling world.”

The next world conference will take place in Istanbul in September 2021.

Promoting the demand for aluminium foil is an important matter

“Market statistics are very useful for our members and increases the binding intensity,” stresses Güngör. The promotion of demand for aluminium foil in packaging and in technical applications is a further concern of the Initiative.

An example of this is provided by Qingdao Wohler in China. “The company is promoting the sales of aluminium foil, since it runs campaigns to show consumers how they can prepare foods with the help of aluminium foil containers or household foil. For this it also co-operates with supermarkets. And even TV spots are broadcast to show the positive properties of aluminium foil and its environmental advantages,” explains Glimm.

A major future application is promised by e-mobility – not only for battery housings made of aluminium profiles and sheets, but also as battery foil. In China, which is pushing ahead with e-mobility more than anywhere else, the demand for battery foil in

Alufoil packaging per capita consumption 2017

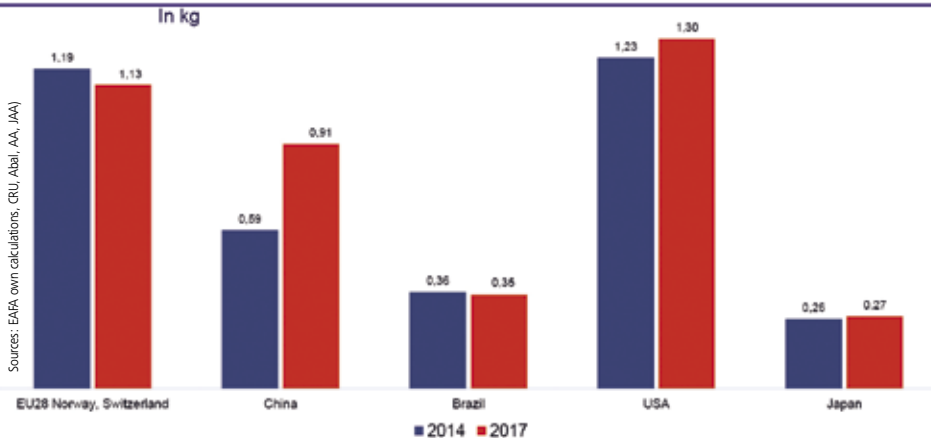


zu generieren, sind alle Hersteller interessiert“, unterstreicht Güngör.

Nachhaltigkeit über die gesamte Lieferkette gefordert

Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft sind weitere wichtige Themen, denen sich die Aluminiumfolienwalzer widmen. So werden immer mehr Folienwalzer Mitglied bei der Aluminium Stewardship Initiative (ASI), „weil die Endkunden immer häufiger erwarten, dass die gesamte Lieferkette Nachhaltigkeitskriterien erfüllt,“ so Glimm. „Der ökologische Fußabdruck spielt im Wettbewerb der Werkstoffe eine zunehmend wichtige Rolle. Die Markenhersteller aus dem Lebensmittelsektor und aus der Automobilindustrie verlangen mehr und mehr umweltzertifiziertes Aluminium.“ Gegenüber anderen Werkstoffen, beispielsweise Kunststoff, nehme die Aluminiumbranche hier eine Vorreiterrolle ein, betont er.

In Fragen der Kreislaufwirtschaft auf internationaler Ebene könne GLAFRI ein „Knowhow-Transferriemen“ sein. „Verpackungsrecycling, der Aufbau einer Kreislauf-



2018 already amounted to more than 60,000 tonnes, according to CRU estimates. By 2023 that demand may well have more than doubled. And in the coming years the industrialized countries too, with more and more e-vehicles, will be promoting the use of battery foils.

An example of successful know-how transfer is the Alufoil Trophy. For decades it has

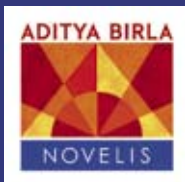
„WorldStar“ gewonnen. Initiiert von GLAFRI wurde der Alufoil Trophy-Wettbewerb zunächst in China 2017 erstmals gestartet und inzwischen jährlich wiederholt. Auch hier hat sich das Konzept bewährt. Im vergangenen Jahr hat auch Brasilien erstmals einen Alufoil Trophy-Wettbewerb durchgeführt. „Hier zeigt sich die Katalysatorfunktion, die GLAFRI spielen kann. And daran, so Marktwachstum

Novelis PAE Expert in Casthouse Technology

DC slab casters, AUTOPAK[®] automation system, Continuous strip roll casters JUMBO 3CM[®], In-line metal treatment units ALPUR[®], PDBF[®], CFF Technical services

pae.marketing@novelis.adityabirla.com
www.novelispae.com

Certified ISO 9001 • ISO 14001 • OHSAS 18001



Novelis PAE

Centr'Alp • BP 24
38341 Voreppe Cedex, France
Tel +33 4 76 57 87 00



Visit us
at our booth 10G25
at GIFA 2019
in Düsseldorf,
June 25-29, 2019



wirtschaft, optimaler Schutz von Lebensmitteln zur Minimierung von Lebensmittelverlusten sind Themen, die auf unseren Treffen breit diskutiert werden und für die unsere Mitglieder hoch sensibilisiert sind – auch die Mitgliedsfirmen aus den Schwellenländern“, sagt Güngör.

In Indien und anderen Ländern sind EPR-Systeme im Aufbau. ERP (Extended Producer Responsibility) weist den Herstellern und allen an der Produktkette beteiligten Unterneh-

cenaufwand hergestellt werden. Das Ziel müsse sein, die Verschwendung von Lebensmitteln möglichst gering zu halten. Die Haltbarkeit von Lebensmitteln zu verlängern, spielt dabei eine zentrale Rolle. Und Aluminium bietet nun mal unübertroffene Barriereigenschaften. Hier können auch Portionspackungen oder Verbundverpackungen helfen. Sie sind zwar schwieriger zu recyceln als Monoverpackungen, verbrauchen aber häufig deutlich weniger Ressourcen im Gesamtle-

been a successful means of communication in Europe for the promotion of innovations in the foil sector. And winners of the Trophy then also won the ‘WorldStar’ prize. GLAFRI first initiated the Alufoil Trophy competition in China in 2017 and it is now repeated every year. Here too, the concept has proved its worth. Last year, Brazil too organized an Alufoil Trophy competition for the first time. “This shows the catalysing function that GLAFRI can fulfil. And every manufacturer is interested in generating growth,” underlines Güngör.



Ein Beispiel für erfolgreichen Knowhow-Transfer ist die Alufoil Trophy. Das Foto zeigt Trophy-Sieger aus 2018, die auch den renommierten WorldStar gewonnen haben.

An example of successful knowhow transfer is the Alufoil Trophy. The photo shows 2018 Trophy winners who also won the renowned WorldStar.

men eine gemeinsame Verantwortung für das Produktmanagement am Ende der Nutzungsdauer zu. In dem Maße, wie sich die Märkte in den Schwellenländern entwickeln, werden sich die Unternehmen dieser Verantwortung stärker stellen müssen. „Bei der Gestaltung des Aufbaus von Sammel-, Sortier- und Recyclingsystemen ist es wichtig, die Vorteile von Aluminium zu kommunizieren. Unser Werkstoff kann hier aufgrund seiner Werthaltigkeit eine wichtige Komponente sein“, sagt Glimm.

In der Recyclingdiskussion werde das Pferd aber oft von der falschen Seite aufgezümt, erst recht mit Blick auf die Schwellenländer in Afrika und Asien. Glimm dazu: „Viel wird derzeit über recyclinggerechtes Konstruieren geredet. Zunächst ist es aber wichtig, dass gesammelt wird und Sammelquoten festgelegt werden. Ohne Sammlung kein Recycling. Die Technologien zum Sortieren und zum Recyceln sind ja weitgehend vorhanden. GLAFRI kann auch hier einen wichtigen Beitrag zum Knowhow-Transfer leisten.“

Recycling am Produktlebensende sei aber nur eine Seite der Medaille, betont Glimm. Man dürfe dabei nicht aus den Augen verlieren, dass Lebensmittel mit hohem Ressour-

benlauf der Füllgüter und sind daher ökobilanziell vorteilhaft. Solche Argumentationshilfen, die für viele Marktplayer noch recht neu sind, helfen ihnen in ihrem Geschäft.“

Glimm verweist auf das Beispiel eines GLAFRI-Mitglieds aus Japan, das einen Jogurtdeckel aus Alufolie in den Markt gebracht hat, der sich durch den sogenannten Lotus-Effekt auszeichnet – wo am Jogurtdeckel keine Lebensmittelreste hängen bleibt. „Die Restentleerbarkeit des Gebindes ist ein klassisches Beispiel, wo unsere Branche punkten kann. Das gilt zum Beispiel für Alufolien-Portionspackungen für Marmelade, die sich deutlich besser entleeren lassen als kleine Glasbehälter mit Deckel.“

Im vergangenen Jahr konnten sechs neue GLAFRI-Mitglieder bzw. Unterstützer gewonnen werden – große Marktplayer aus Südkorea sowie Folienwalzer aus Indien, Oman und China. Im Jahr davor kamen neue Mitglieder vor allem aus China und den USA hinzu. Güngör und Glimm sind zuversichtlich, dass auch in diesem Jahr weitere Folienwalzer dem GLAFRI-Netzwerk beitreten werden. Ihr Ziel ist es, den Repräsentationsgrad auf weltweit über 60 Prozent zu steigern. ■

Sustainability required throughout the supply chain

Sustainability and the circular economy are further important themes addressed by aluminium foil rollers. Thus, more and more foil rollers are joining the Aluminium Stewardship Initiative (ASI), “because end customers more and more often expect the complete supply chain to satisfy sustainability criteria,” says Glimm. “The ecological footprint plays an increasingly important part in the competition between materials. Brand manufacturers from the food sector and from the automobile industry are increasingly calling for environmentally certified aluminium. “Compared with other materials such as plastics, here the aluminium industry plays a pioneering role,” he stresses.

In matters relating to the circular economy at an international level, GLAFRI can be a “know-how transfer conveyor”. “Recycling of packaging, the structure of a circular economy, and the optimum protection of foods in order to minimize food waste are subjects widely discussed at our meetings and of which our members are very well aware – even the member companies in developing countries,” says Güngör.

In India and other countries EPR (Extended Producer Responsibility) systems are being set up. EPR assigns to the manufacturers and all the companies involved in the product chain joint responsibility for product management at the end of the useful life of the product. As markets develop in emerging markets, companies will have to take on more of this responsibility. “In designing the structure of collection, sorting and recycling systems it is important to communicate the advantages of aluminium. In this context our material can be an important component owing to its inherent value,” says Glimm.

In the recycling debate, however, the ‘cart

is often put before the horse', mainly in the developing countries in Africa and Asia. As Glimm says: "A lot is said nowadays about design for recycling. First, however, it is important to collect material and to establish collection quotas. Without collection there can be no recycling. Technologies for sorting and recycling are now widely available. Here too, GLAFRI can make an important contribution to know-how transfer."

However, recycling at the end of a product's useful life is only one side of the story, stresses Glimm. One should not lose sight of the fact that foods are produced at high cost in terms of resources. The aim should be to minimize food wastage as much as possible. In this, extending the shelf-life of foods plays a decisive role. And aluminium offers unrivalled barrier properties. In that respect portion packaging or multilayer flexible packaging can be helpful. Although they are more difficult to recycle than mono-packs, they often use up much fewer resources over the total life of the goods they are filled with and are therefore better in terms of the ecological balance. Such supporting arguments, which

for many players in the market are quite new, help them in their business."

Glimm points to the example of a GLAFRI member in Japan, who brought a yoghurt lid made of aluminium foil onto the market. This lid is characterized by the so-termed Lotus Effect – by which no food residue is left hanging from the yoghurt lid. "The easy-to-empty property of the container is a classical example of where our industry can gain points. That applies, for example, to aluminium foil

Global foil rollers re-elect president Göksal Güngör

Göksal Güngör, general manager of Assan Alüminyum in Turkey, was re-elected as president of GLAFRI for a second term. Patrick Lawlor of Gränges (USA) and Simon Chan of Xiashun (China) were confirmed in their positions as vice-presidents by the general assembly and will continue to serve on the Glafri board. Christian Muckermann of Hydro Europe) replaces Olaf Müller who left the company.

"I am delighted and honoured to be asked

to continue to serve Glafri as its president and hope to continue with the many exciting projects we have initiated," said Güngör. "The successful expansion of the Alufoil Trophy competition from Europe, where it is well established, into China and Latin America, is a particularly notable achievement over recent years. The Alufoil Trophy is a very important way to raise the profile of innovation in aluminium foil and the sector globally."

portion packs for marmalade which can be emptied much better than small glass jars."

Last year six new GLAFRI members or supporters were gained – major market players from South Korea and foil rollers from India, Oman and China. In 2017, new members came mainly from China and the USA. Güngör and Glimm are confident that this year too, more foil rollers will join the GLAFRI network. Their aim is to boost the representation level worldwide to over 60%. ■