

Audit & Assurance | Tax & Legal | Advisory

M&A-Branchenanalyse Packaging Q3-2024

M&A-Umfeld – Global / Deutschland

November 2024

Vorschau

Aktuelle Herausforderungen und Trends in der Verpackungsindustrie (1/3)

Investitionen und der Übergang zu nachhaltigen Verpackungen zählen weiterhin zu den zentralen Problemstellungen der Marktteilnehmer

- ▶ In 2023 konnte in der europäischen Verpackungsindustrie ein deutlicher Anstieg der Investitionen verzeichnet werden, in vereinzelt Ländern teilweise um bis zu 5 %. Dabei spielte der voranschreitende Fokus auf innovative Verpackungslösungen eine signifikante Rolle. Gleichzeitig erhöht die steigende Nachfrage nach umweltfreundlichen Alternativen zunehmend die Bedeutung von Nachhaltigkeit als Treiber für Unternehmenstransaktionen.
- ▶ Vor allem flexibler Kunststoff und Pappe gehören zu den Verpackungsmaterialien mit den höchsten Wachstumsraten, da sie eine Balance zwischen Funktionalität und Umweltfreundlichkeit bieten. Diese Entwicklung spiegelt sowohl die Herausforderungen als auch die Chancen wider, die sich für die Verpackungsindustrie im Zuge des voranschreitenden Roll-outs von nachhaltigeren Verpackungslösungen ergeben.
 - Zur Erreichung ihrer individuellen Nachhaltigkeitsziele geben Verpackungsunternehmen bereits durchschnittlich 35 % ihrer Materialausgaben für nachhaltige Verpackungen aus, wobei erwartet wird, dass dieser Anteil bis 2027 auf 43 % steigt. Dabei betrachten die Unternehmen insbesondere ineffektive regulatorische Veränderungen als zentrales Hindernis für die Umstellung auf nachhaltige Verpackungen.
 - Große Verbrauchsgüter- und Lebensmittelkonzerne wie Unilever, PepsiCo und Colgate-Palmolive werden ihre selbst gesteckten Nachhaltigkeitsziele für 2025 nicht erreichen und mussten diese bereits korrigieren. Die Gründe dafür sind u. a. Mängel in den bestehenden Recyclingsystemen sowie Herausforderungen bei dem Recycling von flexiblen Kunststoffverpackungen. Unilever plant nun den Einsatz von Neuplastik bis 2026 um ein Drittel zu reduzieren, während PepsiCo bis 2030 92 % seiner Verpackungen recyclingfähig machen will.



Aktuelle Herausforderungen und Trends in der Verpackungsindustrie (2/3)

Das Konsumentenverhalten verändert sich: Nachhaltige Verpackungen werden von Verbraucher/-innen zunehmend als Standard angesehen

- ▶ Die aktuelle Studie „Sustainable Product Packaging“* analysiert das Konsumentenverhalten hinsichtlich nachhaltiger Verpackungen und hebt wichtige Konsumtrends hervor, die Verpackungshersteller beachten sollten:
 - Nur noch 64 % der Konsumierenden sind bereit einen Aufpreis für nachhaltige Verpackungen zu bezahlen (2021: 83 %). Der Grund dafür ist, dass Verbraucher/-innen nachhaltige Verpackungen zunehmend als neuen Standard ansehen. Dennoch ist die durchschnittliche Mehrkostenbereitschaft der Verbraucher/-innen mit 6 % relativ stabil geblieben (2021: 7 %).
 - Unverpackte Produkte werden von der Mehrheit der Verbraucher/-innen (55 %) bevorzugt. Wenn der Einsatz von Verpackungen unvermeidbar ist, wird bevorzugt auf recyclingfähige (56 %) sowie biologisch abbaubare bzw. aus recyceltem Material hergestellte Verpackungen (jeweils 51 %) zurückzugreifen.
 - Der Anfang des Jahres eingeführte Einwegpfand auf Plastik-Milchverpackungen hat bisher kaum zu einer Änderung des Kaufverhaltens geführt. 80 % der Verbraucher/-innen geben an, dass das neu eingeführte Pfand ihre Einkaufsgewohnheiten nicht beeinflusst.
 - Nachhaltigkeit bleibt ein wichtiges Kaufkriterium, da 24 % der Verbraucher/-innen angeben, sich bewusst für nachhaltige Verpackungen zu entscheiden. Verpackungsunternehmen sollten ihre Kommunikationsstrategie jedoch kritisch hinterfragen, da 17 % der Verbraucher/-innen Nachhaltigkeitsversprechen grundsätzlich mit Skepsis begegnen und 15 % sich unzureichend informiert fühlen.



Aktuelle Herausforderungen und Trends in der Verpackungsindustrie (3/3)

Künstliche Intelligenz (KI) und intelligente Verpackungen revolutionieren die Verpackungsindustrie und werden auch bei Verbraucher/-innen zunehmend beliebter

- ▶ Auch im Verpackungssektor hat KI längst Einzug gehalten und revolutioniert die Branche:
 - KI optimiert Verpackungsprozesse durch präzise Vorhersagen des Materialbedarfs, Auswahl nachhaltiger Materialien, Echtzeitüberwachung von Lieferketten und Anpassung von Produktionsabläufen. Engpässe werden autonom erkannt, die Qualitätskontrolle verbessert und gleichzeitig energieeffiziente Betriebsmodi genutzt, um Ressourcen zu schonen und Kosten zu senken.
 - Im Verpackungsdesign unterstützt KI durch Trendanalysen, personalisierte Designs und automatisierte Layout-Erstellung. Sie hilft auch bei der Farbwahl und erstellt realistische 3D-Modelle.
 - In Bezug auf Nachhaltigkeit trägt KI zur Entwicklung umweltfreundlicher Materialien, zur Bewertung der Recyclingfähigkeit und im Rahmen der Abfallvermeidung zur Optimierung von Verpackungsgrößen bei.
- ▶ Der Digitale Produktpass (DPP) wird bis 2030 in der Europäischen Union (EU) sektorübergreifend eingeführt. Er enthält wichtige Informationen zu Herkunft, Materialien, Recyclingfähigkeit und Umweltauswirkungen eines Produkts. Im Verpackungssektor trägt der DPP dazu bei, die Rückverfolgbarkeit zu verbessern und die Recyclingfähigkeit von Verpackungen zu fördern. Hersteller und Verbraucher/-innen können so fundierte und ressourcenschonende Entscheidungen treffen und den Lebenszyklus eines Produkts transparent nachvollziehen.
- ▶ Intelligente Verpackungsfunktionen erfreuen sich zunehmend großer Beliebtheit bei den Verbraucher/-innen. Insbesondere Funktionen zur Temperaturmessung sowie die Verwendung von QR-Codes werden von Konsumierenden geschätzt.



M&A Key Facts global & national – Verpackungsindustrie Q3-2024

„Big Picture“ zum M&A-Stimmungsbild – Trotz anhaltender geopolitischer und makroökonomischer Unsicherheiten bleibt die Dynamik im Transaktionsmarkt in Q3-2024 weiterhin hoch

Global



326 Transaktionen

in LTM¹ Q3-2024
(52 Transaktionen in Q3-2024)



48 % der Käufer-
unternehmen in
Q3-2024 kommen aus
Europa



In Q3-2024 betrug das
Transaktionsvolumen²
EUR 2,4 Mrd.



EV³/EBITDA = **8,3x⁴**
(LTM¹ Q3-2024)
EV³/Umsatz = **0,9x⁴**
(LTM¹ Q3-2024)



Durchschnittliches Trans-
aktionsvolumen in Q3-2024
lag bei **EUR 183 Mio.**



**Small Cap Transaktions-
volumen** in Q3-2024
gegenüber Q2-2024 stark
gestiegen (+265 %)

Deutschland



12 Transaktionen

in LTM¹ Q3-2024



In LTM¹ Q3-2024 **83 %** der
Transaktionen (LTM¹ Q2-2024:
79 %) mit strategischen
Investoren auf Käuferseite
(global: 78 % in LTM¹ Q3-2024 vs.
76 % in LTM¹ Q2-2024)



Mega-Deal in DACH-Region
in LTM¹ Q3-2024: Erwerb von
Eviosys durch Sonoco mit
einem Volumen von
EUR 3,6 Mrd.

Quellen: Mergermarket; BDO-Analyse

Hinweis: M&A-Transaktionsvolumen auf Grundlage angekündigter Transaktionen mit veröffentlichten Zahlen

¹LTM = Last Twelve Months

²Beinhaltet Transaktionen mit veröffentlichten Transaktionsvolumina; es ist zu beachten, dass für eine nicht insignifikante Anzahl von Deals die dazugehörigen Transaktionsvolumina gar nicht oder lediglich verzögert veröffentlicht werden

³EV = Enterprise Value

⁴Median-basiert

Die Informationen in dieser Publikation haben wir mit der gebotenen Sorgfalt zusammengestellt. Sie sind allerdings allgemeiner Natur und können im Laufe der Zeit naturgemäß ihre Aktualität verlieren. Demgemäß ersetzen die Informationen in unseren Publikationen keine individuelle fachliche Beratung unter Berücksichtigung der konkreten Umstände des Einzelfalls. BDO übernimmt demgemäß auch keine Verantwortung für Entscheidungen, die auf Basis der Informationen in unseren Publikationen getroffen werden, für die Aktualität der Informationen im Zeitpunkt der Kenntnisnahme oder für Fehler und/oder Auslassungen.