

Eröffnungsrede: Gerd Götz, Director General - European Aluminium

Sehr geehrte Damen und Herren,

European Aluminium ist seit Gründung der ALUMINIUM im Jahr 1997 Partner dieser Messe und wir freuen uns auch in diesem Jahr wieder darauf, unser Fachwissen zur europäischen Industrie ebenso mit Ihnen zu teilen wie unsere Ideen und Überlegungen zu wichtigen Themen wie Innovation, Nachhaltigkeit oder Welthandel.

Jedes dieser Themen hat abendfüllende Eignung - aber keine Angst, ich werde mich kürzer fassen.

Ich bin davon überzeugt, dass Handel, Innovation und Nachhaltigkeit heute alle derselben starken Entwicklung unterliegen: einer globalen Transformation, die neue Führungsmodelle erfordert. Aluminium ist an sich eine globale Branche. Weltweite Veränderungen beeinflussen uns daher im Guten wie auch im Schlechten.

Niemand kann behaupten, dass die globale Handelsagenda uns keine Turbulenzen beschert hätte. Das hat sie; wir erwarten aber, dass es wieder besser wird. European Aluminium hat immer wieder darauf gedrungen, die strukturellen Überkapazitäten in China anzugehen, um weltweit für nachhaltige und gleiche Wettbewerbsbedingungen zu sorgen. Wir haben nicht nur in Europa entsprechende Daten vorgelegt, sondern auch auf dem soeben zu Ende gegangenen Business 20 Treffen in Argentinien und bei den G7- und G20-Gipfeln an viele Türen geklopft. Wir haben unsere Gesprächspartner gebeten, sich mit dem dringenden Problem der Überkapazität zu befassen und durch gültige multilaterale Optionen und eine umfassende Reform der WTO Mechanismen für deren Lösung zu etablieren – Forderungen, die Eingang in die Abschlusskommuniqués gefunden haben.

Handelspolitik ist jedoch nicht unser einziges Thema. Auch bei den regionalen Klimazielen und -initiativen erleben wir einen Wandel der globalen Ordnungspolitik. Tatsächlich wird die EU in Kürze ihren neuen Fahrplan 2050 für den Übergang zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft vorstellen, mit dem sie im Kampf gegen den Klimawandel eine Führungsrolle übernehmen will.

Wenn wir bis 2050 eine fast emissionsfreie Wirtschaft erreichen wollen, können wir nicht einfach beim „Business as usual“ bleiben. Vielmehr müssen wir in uns gehen und uns fragen, wie wir den reibungslosen Wechsel zu einer CO₂-armen Gesellschaft mitgestalten können. Das ist keine Option unter vielen, sondern ein Muss. Und es gibt keine Ausnahmen für irgendein Glied unserer Wertschöpfungskette. Es gibt bereits Experten, die meinen, dass jede Branche, die jetzt nicht handelt, schnell „ausstirbt“.

Wie auch immer: unsere Mitglieder denken vorwärtsgewandt und haben eine Vision für 2050 und einen Nachhaltigkeitsfahrplan entwickelt, der an die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen gekoppelt ist. Unsere

Position ist klar: Wir wollen Teil einer künftigen Gesellschaft und Wirtschaft sein, die stärker in Kreisläufen denkt, die effizient und kohlenstoffarm ist.

Wie erste Ergebnisse dieser Roadmap zeigen, können die gesamten CO₂-Emissionen allein beim Primäraluminium bis Ende 2050 um fast 70 % reduziert werden. Ist das erfolgsversprechend? Können wir noch mehr tun? Mit dieser Frage lasse ich Sie nicht allein. Ich habe die Antwort: Ja, das können wir!

Es ist klar, dass Wachstum und die Reduktion der CO₂-Emissionen Hand in Hand gehen können und müssen. Dank seiner Eigenschaften, den zahlreichen Einsatzmöglichkeiten und seiner unendlichen Recycelbarkeit verzeichnen wir eine robuste und zunehmende weltweite Nachfrage nach Aluminium.

Für 2018 und 2019 stehen die Zeichen weiter auf Wachstum – je 2% für Extrusion und sogar 3% für Rolling, beide getrieben durch Mobilitäts-Anwendungen, aber auch eine gestiegene Nachfrage bei Bau sowie Verpackung. Hinzu kommt eine starke Zunahme der Importe von ausserhalb Europas, insbesondere aus China. Allein die europäische Primärproduktion musste sanktionsbedingt einen einprozentigen Rückgang in der ersten Jahreshälfte hinnehmen.

Viel wichtiger daher, dass der langfristige globale Trend beim Primäraluminium sehr positiv ist; die Nachfrage dürfte Prognosen zufolge bis 2050 um 50 Prozent zulegen und bis zu 108 Millionen Tonnen erreichen. Das schnellste Wachstum sehen wir in asiatischen Ländern, allerdings ist Europa derzeit der zweitgrößte Markt für Primäraluminium und wird dies vermutlich auch bis mindestens 2050 bleiben. In den nächsten Jahrzehnten wird Europa nach unseren Schätzungen jährlich rund 9 Millionen Tonnen Primäraluminium benötigen.

Aber natürlich geht es nicht nur um die Primärnachfrage. Auch bei der Nachfrage nach Aluminium-Halbfabrikaten in Europa zeigen die Daten ein stetiges Wachstum. In den Sektoren Mobilität, Bau und Verpackung werden die Zahlen im Jahr 2050 um 55 %, 28 % bzw. 25 % höher liegen als 2017. Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Aluminium ist wirklich das Material der Zukunft.

Um uns erfolgreich als Zukunftsbranche zu etablieren, uns auf veränderte Kundenbedürfnisse einzustellen und die ehrgeizigen Klimaziele der EU einhalten zu können, müssen wir vor allem und gezielt auf Innovation setzen. Wenn wir einmal alles durchrechnen, gibt es keine kleinen Schritte, die das Überleben unserer Branche sichern. Wir müssen überlegen, wie wir bahnbrechende neue Technologien fördern können, wie wir als Arbeitgeber für die Millennials attraktiv bleiben, wie Digitalisierung und Automatisierung unseren Personalbedarf verändern wird, wie wir die nötigen massiven Investitionen bewältigen können, um nur einige der vor uns liegenden Herausforderungen zu nennen. Es geht um den gesellschaftlichen Wandel, vor dem wir stehen. Und den werden wir nur mit Innovationsgeist und Risikobereitschaft mitgestalten können, nicht aber mit Besitzstandsdenken.

Wie wir hier auf der Messe sehen, gibt es eine unglaubliche Bandbreite neuer innovativer Anwendungen und viele unserer Kunden können dank Aluminium wegweisende neue Produkte entwickeln. Nehmen Sie zum Beispiel die Startrampe für die Rakete Falcon 9 von SpaceX, die eine komplexe Wabenstruktur aus Aluminium zur Energieaufnahme nutzt.

Aber wir müssen besser darin werden, das Potenzial unseres dauerhaften Materials auch auf branchenfernen Plattformen zu präsentieren, wo wir potenzielle Kunden und andere Akteure erreichen können. Wir alle sollten stolze Botschafter unseres Werkstoffs sein und bei jeder Gelegenheit auf die große Bedeutung von Aluminium für einen nachhaltigen Lebensstil hinweisen.

Wir glauben, dass wir durch diese Konzentration auf Nachhaltigkeit und Innovation auch im Hinblick auf die Europawahlen im Mai nächsten Jahres einen wesentlichen Beitrag leisten können. Es gibt kein

Zukunftsversprechen ohne eine bessere Politikgestaltung für Handel, Nachhaltigkeit und Innovation. European Aluminium setzt sich gemeinsam mit seinen Mitgliedern für faire und gute Wettbewerbsbedingungen in Europa und weltweit ein. Wir erwarten vom neugewählten Parlament und der Kommission einen angemessenen europäischen Rechtsrahmen, der Investitionen erleichtert und es unseren Mitgliedern ermöglicht, ihre ökologische und wirtschaftliche Leistung zu verbessern.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.