



**Keppler Medien Gruppe**



**PAPIER-ZEITUNG**



**Nr.: 06**

128. Jahrgang

Allgemeine Papier-Rundschau

Home

Hilfe

**29. März 2004**

**Erscheint 2 x im Monat**

[www.a-p-r.de](http://www.a-p-r.de)

**INHALT**

1. Arjo-Wiggings-Mehrheitsaktionär Worms & Cie. vor tief greifendem Wechsel der Kapitalzusammensetzung
2. A.S. Création kauft niederländischen Tapetengroßhändler
3. Sonoco möchte Mehrheit an Demolli erwerben
4. Papierproduktion stieg in Europa um über 2%
5. Reno De Medici mit erhöhtem Verlust in 2003
6. Kappa Packaging mit leichtem Gewinn- und Umsatzrückgang
7. Knaup GmbH mit 25% Umsatzplus
8. Führungswechsel in der Schneidersöhne-Niederlassung Frankfurt
9. Combibloc erfreut SIG-Konzern
10. Portucel mit schwächerem Abschluss in 2003
11. MM Karton mit neuem Rekordergebnis
12. ProMinent kann Umsatz erhöhen
13. Konzentrationsprozess bei Molkereien verlängert Transportwege für Milchprodukte
14. Bayerischer Papierverband sponsert Ausbildung
15. Ciba kauft Pira International
16. Printemps macht Papiereinkaufstüten zu Kunstobjekten
17. MM-Karton mit neuen Vertriebsbüros in China
18. Conrad Jacobson unterstützt geplante Papierfabrik in Belarus

**apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell**

**Ciba Spezialitätenchemie kauft Raisio Chemicals**

- I. Personalia
- II. Kurz notiert
- III. Impressum
- IV. Infos, Nutzungsrechte etc.
- V. Werbemöglichkeiten in der elektronischen apr PAPIER-ZEITUNG

Probeheft  
Abonnement

Die **TOP 50** der deutschen Papierwirtschaft als Poster im DIN A3 Format



Sichern Sie sich jetzt Ihr 3-monatiges Probe-Abo der apr. Als Dankeschön erhalten Sie das Poster kostenlos!

Einzelbestellung 9,50 € zzgl. MwSt. + Versandkosten

Online : [www.a-p-r.de](http://www.a-p-r.de)

E-Mail: [s.konrad@kepplermediengruppe.de](mailto:s.konrad@kepplermediengruppe.de)

Tel.: 06104/606-210

Fax: 06104/606-333



## 1. Arjo-Wiggins-Mehrheitseigner Worms & Cie. vor tief greifendem Wechsel der Kapitalzusammensetzung

Die Pariser Banken- und Finanzholding Worms & Cie. steht unmittelbar vor einer völligen Neustrukturierung ihres Kapitals, der ein Rückzug von der Börse folgen könnte. Sie war bisher zu 53,7% von der italienischen Industriellenfamilie Agnelli und deren Holding Ifil kontrolliert worden. Zu ihren vier 100%-tigen Töchtern zählen insbesondere die Spezialpapiergruppe Arjo Wiggins sowie der Papiergroßhändler Antalis und der Hersteller von Selbstkopierpapieren Carbonless Europe. Für die zukünftige Organisation soll jetzt eine Dachgesellschaft namens Maison Worms gegründet werden, deren Kapital sich zu 35% die Familie Worms und zu 65% eine Investorengruppe teilen werden. Zu letzterer gehört außer den Gruppen Arbault, Axa, Eurazeo, Caisse des dépôts und ABN-Amro auch der amerikanische Pensionsfonds Carlyle, der schon über die Pariser Karton- und Packmittelgruppe Otor versuchte, in der französischen Papierindustrie Fuß zu fassen.

Die Agnelli-Holding scheidet damit ebenso aus dem Arjo-Wiggins-Kapital aus wie die Versicherungsgruppe AGF (14,8 Prozent). Agnelli soll für den Verkauf der Ifil-Beteiligung 1 Mrd. Euro erhalten. Dies wäre genau die Summe gewesen, mit der sich der US-Autokonzern General Motors an der im März 2003 ursprünglich geplanten Kapitalerhöhung für den von Agnelli kontrollierten, finanziell stark angeschlagenen FIAT-Konzern hätte beteiligen sollen. Dieser hat im letzten Jahr weitere 2 Mrd. Euro und seit 2000 insgesamt 6 Mrd. Euro verloren.

Die Fa. Maison Worms dürfte mit einer Verschuldung in Höhe von 1 bis 1,2 Mrd. Euro starten, weshalb in Paris mit baldigen Aktivverkäufen gerechnet wird. Diese könnten die Tochter SGS und auch Antalis betreffen. SGS ist das weltgrößte Unternehmen im Bereich von Zertifizierungen. - jb

[zurück zum Inhalt](#)

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

### Ciba Spezialitätenchemie kauft Raisio Chemicals

Die Schweizer Ciba Spezialitätenchemie AG hat von der Raisio Group die finnische Raisio Chemicals zum Preis von 475 Mio. Euro gekauft. In diesem Betrag ist die Übernahme von Schulden enthalten. Raisio Chemicals erzielte 2003 einen Umsatz von 422 Mio. Euro. Der Vollzug der Transaktion wird im zweiten oder dritten Quartal 2004 nach Abschluss der üblichen behördlichen Prüfungen erwartet. Das kombinierte Produktportfolio beider Firmen bietet Kunden umfassende Lösungen aus einer Hand. Die sich ergänzenden geografischen Schwerpunkte sollen Möglichkeiten für zusätzliche Verkäufe und die Erschließung neuer Märkte eröffnen. Raisio Chemicals beschäftigt 1100 Mitarbeiter weltweit, rund ein Drittel davon in Finnland.

Ciba Spezialitätenchemie plant, auf der strategischen Positionierung von Raisio Chemicals im skandinavischen Markt weiter aufzubauen sowie die Entwicklung von Produkten bzw. Anwendungstechnologien und den technischen Kundenservice in Finnland zusammenzuführen. Das Technologiezentrum von Raisio Chemicals in Turku soll voll genutzt werden. Die bestehenden Marketingzentren von Raisio Chemicals sollen in Finnland bleiben. Ciba schafft zudem eine neue Supportstruktur in Finnland zur Entwicklung des Geschäfts in ganz Skandinavien und in Russland.

Es wird erwartet, dass die Akquisition bereits im zweiten Jahr einen Gewinnbeitrag leistet. Die einmaligen Restrukturierungskosten nach Steuern für Einsparungen aus Synergien werden zurzeit auf unter 100 Mio. sfr. geschätzt. Die Kombination der Produktportfolios bedeutet einerseits ein umfassenderes Angebot für die Kunden, insbesondere im Bereich Functional Chemicals und im rasch wachsenden Sektor der

Coating-Additive für Papier. Andererseits wird die Integration der einzelnen Schritte des gesamten Papierherstellungsprozesses vertieft und erweitert. Zusammen ermöglicht dies ein von Kunden mehr und mehr gefordertes umfassendes Angebot aus einer Hand.

Die Hauptbereiche von Raisio Chemicals umfassen Latexbindemittel, die das Erscheinungsbild von Papier sowie die Bedruckbarkeit und die Lesbarkeit verbessern; Stärkebindemittel, die bei Papier und Pappe den Faserzusammenhalt in und auf dem Blatt verstärken sowie die Bedruckbarkeit optimieren und Spezialchemikalien wie wasserabweisende Leimmittel, im Nassbereich verwendete Spezialpolymere, Deinkingchemikalien und Coating-Additive.

Ciba Spezialitätenchemie bietet bereits ein umfassendes Sortiment an Papierchemikalien sowohl für Prozess- als auch funktionale Papierherstellungsapplikationen, darunter Chemikalien zur Entwässerung und Retention von Papier, Fixiermittel, Papieraufheller, Papierfärbemittel, Coating-Additive, Produkte zur Veränderung der Oberflächenspannung von Papier, Barriereeffektchemikalien, Leimmittel und Produkte für kohlefreie Durchschreibpapiere und Thermopapieranwendungen. So betrachtet ergänzen sich die Produktprogramme beider Firmen in guten Teilen.

### **Komplementäre Marktgebiete**

Ciba Spezialitätenchemie beliefert die weltweite Papierindustrie heute schwerpunktmäßig in NAFTA-Länder, in Europa und in Asien. Raisio Chemicals ist dagegen besonders in Skandinavien, China und Russland gut positioniert. Nach dem Zusammenschluss könne das breitere Angebot an Papierchemikalien einem grösseren Kundenkreis in zusätzlichen Märkten angeboten werden.

Raisio Chemicals hat kürzlich zwei neue Produktionswerke in China eröffnet, eines für Latexbindemittel in Jiang Su und eines für Spezialchemikalien in Tianma. Nach der behördlichen Genehmigung soll Finnland als regionale Drehscheibe gestärkt werden. Das Papiergeschäft von Ciba Spezialitätenchemie wird die Entwicklung von Produkten und Anwendungstechnologien und den technischen Kundendienst in Finnland zusammenlegen. Auch das Key Account Management für regionale Kunden und gewisse globale und europäische Führungsfunktionen für das zusammengelegte Geschäftsportfolio sind in Finnland vorgesehen.

Das Technologiezentrum von Raisio Chemicals in Turku, Finnland, beinhaltet drei kundenorientierte Forschungseinrichtungen: eine für Coatings, eine für Papier und eine für Drucktechnologien der Zukunft. Zudem bietet eine Pilotanlage für Papierherstellung einzigartige Forschungsmöglichkeiten. Ciba Spezialitätenchemie sieht bedeutende Vorteile, diesen Schwerpunkt in Finnland weiterzuentwickeln. Ciba plant auch, die Zusammenarbeit mit lokalen Universitäten weiter auszubauen, beispielsweise mit dem Sponsoring eines Lehrstuhls für Papierchemie.

Angesichts der wesentlich erweiterten Aktivitäten in Skandinavien und der zukünftigen Chancen in Russland will das Schweizer Unternehmen zudem eine neue Supportstruktur in Finnland zur Unterstützung der Geschäftsentwicklung aller Segmente in Skandinavien und Russland aufbauen.



*Rabbe Klemets (links), der Vorstandsvorsitzende von Raisio, und Arming Meyer, Vorstandsvorsitzender von Ciba Spezialitätenchemie, nach der Vertragsunterzeichnung.*

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

[zurück zum Inhalt](#)



## 2. A.S. Création kauft niederländischen Tapetengroßhändler

Die A.S. Création Tapeten AG, Gummersbach, hat rückwirkend zum 1. Januar 2004 100% der Anteile an der Wandvisie 2000 B.V., Werkendam/Niederlande, übernommen. Über den Kaufpreis haben beide Seiten Stillschweigen vereinbart. Bei der Wandvisie 2000 B.V. handelt es sich um einen Tapetengroßhändler, der mit zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein jährliches Umsatzvolumen von etwa 2,1 Mio. Euro erzielt. Hauptkunden sind Facheinzelhändler in den Niederlanden. Um die neue Stellung von Wandvisie 2000 B.V. als Vertriebsorganisation von A.S. Création zu dokumentieren, wird die Gesellschaft in A.S. Création (NL) B.V. umbenannt.

Die A.S. Création Tapeten AG arbeitet bereits seit 1989 eng mit der Wandvisie 2000 B.V. zusammen. Wandvisie 2000 B.V. ist gegenwärtig der exklusive Vertriebspartner von A.S. Création in den Niederlanden und vertreibt ausschließlich Tapeten und Dekorationsstoffe von A.S. Création.

Mit der Übernahme von Wandvisie 2000 B.V. sichert A.S. Création zum einen die existierenden Umsätze in den Niederlanden ab. Zum anderen werden aber auch Wachstumsimpulse aus dieser Übernahme erwartet, da zukünftig den niederländischen Kunden das gesamte Sortiment von A.S. Création zur Verfügung stehen wird. Aus dieser besseren Durchdringung des niederländischen Marktes und dem engeren Kontakt zu den Kunden sollen höhere Umsätze resultieren.

[zurück zum Inhalt](#)

## 3. Sonoco möchte Mehrheit an Demolli erwerben

Der US-amerikanische Sonoco-Konzern (Hartsville/South Carolina) möchte bis zum Jahr 2006 die restlichen 75% der italienischen Fa. Demolli Industria Cartaria So.p.A. erwerben. Sonoco hält bereits seit 1995 an dem Unternehmen 25% der Besitzanteile. Der nicht näher bestimmte Aktienpreis soll anhand nicht veröffentlichter Parameter in Zukunft ermittelt werden. Die Fa. Demolli hat einen Jahresumsatz von ca. 80 Mio. US-\$ und ist Italiens größter Hersteller von Hülsen und Rohren aus Recyclingpappe. Sonoco selbst setzte im vergangenen Jahr 2,8 Mrd. US-\$ um und dürfte der weltweit größte Hersteller von Hülsen und Rohren aus Papier sein.

[zurück zum Inhalt](#)



#### 4. Papierproduktion stieg in Europa um über 2%

Nach vorläufigen Zahlen des europäischen Verbands der Papierhersteller (CEPI) lag die Produktion von Papier in Europa im Jahr 2003 auf einem Rekordniveau von ca. 92 Mio. t Papier und Pappe. Das ist eine Steigerung von mehr als 2% gegenüber dem Jahr 2002. Wie im vergangenen Jahr gibt es Anzeichen, dass die Leistungen der CEPI-Länder leicht besser waren als in den anderen wichtigen Papier produzierenden Regionen der Welt. Die Produktion hielt sich über das ganze Jahr hinweg auf gutem Niveau, es kam in keinem Quartal zu einem drastischen Absinken. Im vierten Quartal musste sich dieser Trend fortsetzen mit einer leichten Steigerung gegenüber dem letzten Quartal 2002. Die von den CEPI-Mitgliedsländern produzierte Menge Papier und Karton ist seit 1991 jährlich um durchschnittlich 3,5% gestiegen. Das sind gegenüber 1991 zusätzliche 27 Mio. t. Die Erhöhung gegenüber dem Produktionsniveau des Jahres 2002 wird sich voraussichtlich bei allen Papiersorten zeigen.

Die Zellstoffproduktion stieg mehr oder weniger wie die Papier- und Kartonproduktion. Die gesamte Produktionsmenge dürfte bei rund 39 Mio. t liegen, das bedeutet eine Erhöhung um mehr als 2,5%.

[zurück zum Inhalt](#)

#### 5. Reno De Medici mit erhöhtem Verlust in 2003

Der italienische Kartonhersteller Reno De Medici S.p.A., Magenta, musste im abgelaufenen Jahr einen Umsatzrückgang auf 542,32 Mio. Euro (- 7,6%) und einen noch höheren Verlust als im Jahr 2002, nämlich 99,24 Mio. Euro vor Steuern, hinnehmen. Im Jahr 2002 lag dieser noch bei 48,35 Mio. Euro. Der Verlust aus operativer Tätigkeit belief sich auf 37,2 Mio. Euro. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen sank ebenfalls um 8% auf 30,33 Mio. Euro. Vom Gesamtumsatz fallen ca. 120 Mio. Euro auf fünf Kartonverarbeitungswerke, die unter dem Dach der Fa. Europoligrafico zusammengefasst sind. Außerdem betreibt Reno De Medici in Spanien zwei und in Italien sechs Kartonherstellungsfabriken. Deren Umsatz beläuft sich auf ca. 420 Mio. Euro. Als Gründe für den weiter erhöhten Verlust nennt das Reno De Medici-Management Restrukturierungskosten und einmalige Abschreibungen. Dabei werden genannt:

- Abschreibungen auf Lagerbestände in Höhe von 11 Mio. Euro,
- ordentliche Abschreibungen auf Maschinen und Anlagen von 49,2 Mio. Euro,
- Rückstellungen für die Restrukturierung des spanischen Werkes Prat in Höhe von 18 Mio. Euro,
- Rückstellungen für Restrukturierungskosten in Höhe von 25 Mio. Euro,
- Abschreibungen auf einen Kredit in Höhe von 15 Mio. Euro.

Besonders schlecht läuft die Kartonherstellung im Werk Pompeii. Hier lag der Verlust vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen bei 0,7 Mio. Euro. Immerhin gelang es Reno innerhalb des Jahres 2003, seine Bankverbindlichkeiten um 109 Mio. Euro auf 255 Mio. Euro zu reduzieren.

Wichtigster Aktionär des Unternehmens ist mittlerweile mit 24% die Fa. Alerion Industries, die an der italienischen Börse notiert wird. Wesentliche Anteilseigner von Alerion sind verschiedene Banken und Unternehmer. 45% der Aktien befinden sich am freien Markt, der Anteil von Mayr-Melnhof an Reno de Medici liegt bei unter 2%, der von Luigi Giribaldi bei 2,7%.

Im zweiten Halbjahr verkaufte Reno seinen Immobilienbesitz in Barcelona und konnte, wie es heißt, bestehende Rentabilitätsprobleme im Werk Villa Santa Lucia ohne weiter

zu investieren, lösen. Außerdem hat es seine Transportverkehre neu organisiert und den gesamten Einkauf zentralisiert. Das Unternehmen möchte, wie es vieldeutig heißt, in Zukunft auch auf Verkäufe mit niedrigen Margen verzichten. In seinem Verpackungssektor plant Reno, das Verarbeitungswerk Lecco zu schließen.

### **Aussichten**

Obwohl der Kartonmarkt im Moment keine Anzeichen einer Belebung zeige, gelang es der Gruppe, im Januar Effizienz und Profitabilität zu verbessern. So habe der konsolidierte Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen im Januar bei 4,2 Mio. Euro gelegen.

[zurück zum Inhalt](#)



## **6. Kappa Packaging mit leichtem Gewinn- und Umsatzrückgang**

Der niederländische Kappa Packaging-Konzern hat im abgelaufenen Jahr 2,842 Mrd. Euro (- 2,8%) umgesetzt. Dabei fiel der Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen auf 441 Mio. Euro (- 2,6%). Insgesamt seien die abgesetzten Mengen gesunken. Genauere Zahlen veröffentlichte Kappa noch nicht. Die langfristigen Verbindlichkeiten sanken um mehr als 100 Mio. Euro auf 2,003 Mrd. Euro. Endgültige, detaillierte Zahlen, einschließlich des Vor- und Nachsteuergewinns und detaillierte Angaben sollen Mitte bis Ende April publiziert werden. Im Jahr 2002 musste Kappa einen Nachsteuerverlust hinnehmen.

[zurück zum Inhalt](#)

## **7. Knaup GmbH mit 25% Umsatzplus**

Mit einem Umsatzplus von satten 25% für das abgelaufene Geschäftsjahr 2003 blickt die Knaup GmbH, Kirchlegern, optimistisch in die Zukunft. Damit hat sich der Spezialist für hochwertigen Etikettendruck im nach wie vor schwierigen konjunkturellen Umfeld des Druckgewerbes klar behauptet. Für die drei Geschäftsbereiche Etikettendruck, Werbedruck (Bogen) und Display erwirtschaftete Knaup mit insgesamt 141 Mitarbeitern (2002: 126) einen Gesamtumsatz von 21,5 (2002: 17,3) Mio. Euro. Die Ertragslage entwickelte sich vergleichsweise erfreulich.

Der 25%-ige Zuwachs ist die Folge der vor zwei Jahren durch die Geschäftsführer Udo Fischer und Siegfried Schütte eingeleitete Fokussierung auf den hochwertigen Etikettenbereich für große Markenartikler aus der Chemie- und Getränkeindustrie (z. B. Körperpflegeprodukte und hochpreisige Getränke), die mittlerweile 70% des Gesamtumsatzes beitragen. "Mit unseren 15 neuen Mitarbeitern, zwölf Neukunden und der Stabilisierung des Altkundenumsatzes auf hohem Niveau haben wir eine solide Basis für weiteres Wachstum geschaffen", so Udo Fischer. Erklärtes Ziel für 2004 ist nach seinen Worten "Konsolidierung" bzw. die "Stabilisierung des enormen Umsatzzuwachses und ein moderates, geplantes Wachstum von 2%. Um dieses Ziel zu erreichen, hat Knaup im Jahr 2003 über 2 Mio. Euro für eine neue 10-Farben-Kombinationsdruckmaschine investiert und so den Maschinenbestand auf insgesamt sieben Etikettendruck- und drei Bogensiebdruckmaschinen erhöht.

Knaup bietet als verlängerte Serviceleistung für Großkunden wie z. B. Beiersdorf, Schwarzkopf-Henkel, Berentzen-Strothmann und viele weitere unter anderem Business-to-Business-Abwicklungen via Intranet und eine ausgefeilte Lagerlogistik für just-in-time-Lieferungen an. Dafür wurde in der Vergangenheit ein Fertigwarenlager im Wert von 1 Mio. Euro gebaut, in dem bis zu 200 Millionen Etiketten gelagert werden können. Udo Fischer: "Da wir Etiketten für Consumerprodukte mit einer relativ langen Marktpräsenz von ca. drei Jahren bis zum nächsten Relaunch herstellen, können wir mittelfristig mit Auftragspolstern rechnen, die unseren geschäftlichen Erwartungen eine solide Basis verleihen."



## 8. Führungswechsel in der Schneidersöhne-Niederlassung Frankfurt

Niederlassungsleiter Jürgen Schlegelmilch zählt zu den "Urgesteinen" bei Schneidersöhne. Und das nicht nur, weil er seit 1960 - mit Unterbrechungen - bei dem Familienunternehmen beschäftigt ist. In seiner über 30-jährigen Betriebszugehörigkeit war er immer wieder der kreative Querdenker, der zwar oft von Wirtschaftsforschern gefordert wird, in der Realität aber selten anzutreffen ist. Auch heute, mit 60 Jahren, hat er Ecken und Kanten, die ihn zusammen mit seiner Erfahrung und einer menschenfreundlichen Grundhaltung zum geschätzten Gesprächspartner auf allen Ebenen macht. Wenn er jetzt die Leitung an Michael Metzen (43) abgibt, dann verbindet die beiden mehr als eine Vorgänger-/Nachfolgerbeziehung als Leiter der Schneidersöhne-Niederlassung Frankfurt. Auch Michael Metzen ist seit über 20 Jahren im Unternehmen tätig. Nach Stationen in Dortmund und Köln kam er 2001 als Verkaufsleiter nach Frankfurt. Zum 1. April 2004 übernimmt er die Niederlassungsleitung. Michael Metzen ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Jürgen Schlegelmilch hat sich entschlossen, kürzer zu treten. Er wird Schneidersöhne für die kommenden Jahre als Spezialist für das Feinpapiersortiment weiter verbunden bleiben. Darüber hinaus ist er als Koordinator für die noch junge Zusammenarbeit mit Römerturm zuständig.



*Jürgen Schlegelmilch*



*Michael Metzen*

## 9. Combibloc erfreut SIG-Konzern

Die im Schweizer SIG-Konzern integrierte Fa. SIG Combibloc konnte ihren Umsatz im abgelaufenen Jahr auf 1,058 Mrd. Euro (+ 119 Mio. Euro) steigern. Dabei erhöhte sich der Gewinn vor Zinsen und Steuern leicht (+ 5 Mio. Euro) auf 137 Mio. Euro. Der operative Gewinn stieg trotz des tieferen US-Dollars und höherer F&E-Kosten sowie dem Verkauf des Lohnabfüllgeschäfts um einen nicht näher genannten Betrag. Zu dem guten Ergebnis habe die hohe Auslastung der Werke und Füllmaschinen sowie die weitere Senkung der Ausschussquote in den Packstofffabriken beigetragen. Positiv habe sich außerdem die neue Zwangspfandregelung in Deutschland ausgewirkt.

In den Geschäftsbereichen SIG Beverages und SIG Pack musste SIG Umsatzrückgänge hinnehmen. Außerdem entstanden aus dem Verkauf von Unternehmen Verluste. Insgesamt setzte der Konzern 1,544 Mrd. Euro (+ 101 Mio. Euro) um, wobei der operative Gewinn um 19 Mio. Euro auf 120 Mio. Euro fiel. SIG Beverages habe unter dem wirtschaftlichen Umfeld gelitten und dementsprechend das Resultat von 2002 nicht erreicht. SIG Pack konnte nur deshalb einen Gewinn erzielen, weil eine konzerninterne Liegenschaft verkauft wurde.

### **Ausblick**

Bei SIG Combibloc rechnet das Unternehmen nach der Einführung des Zwangspfands in Deutschland auch im Jahr 2004 mit einem guten Wachstum. Insgesamt rechnet der Vorstand mit einem Umsatzwachstum und einer deutlichen Verbesserung des Betriebs- und Unternehmensergebnisses. Nicht berücksichtigt bei diesen Aussagen sind anstehende Unternehmensverkäufe.

[zurück zum Inhalt](#)

## **10. Portucel mit schwächerem Abschluss in 2003**

Der konsolidierte Umsatz der portugiesischen Portucel Soporcel-Gruppe lag im Jahr 2003 bei 1000,6 Mio. Euro, das sind 8% weniger als im Jahr 2002. Der Anteil des Papiergeschäfts am Umsatz lag bei 752,2 Mio. Euro. Die Gruppe verkaufte 938 000 t Papier (+ 3,6% bzw. 32 000 t mehr als 2002). Portucel Soporcel setzte 548 000 t BEKP (- 8,6%) um. Der EBITDA der Gruppe lag bei 258,7 Mio. Euro, was einer Marge von 26% entspricht. Der Cashflow betrug 211 Mio. Euro, das sind 21% des Umsatzes.

Im Jahr 2003 setzte sich der Trend des Rückgangs der durchschnittlichen Verkaufspreise für Papier weiter fort. Der PIX (Paper Benchmark Index) für Standardbüropapier sank gegenüber 2002 um 7%. Der Preisindex für Folio-Papier für die grafische Industrie in Europa sank je nach geografischem Markt zwischen 5% und 6%.

Der operative Gewinn lag bei 111 Mio. Euro, das sind 42% weniger als 2002. Die Nettoverschuldung verringerte sich von Ende 2002 bis Ende 2003 um 70,7 Mio. Euro. Die Nettoverschuldung des Unternehmens lag Ende des Jahres 2003 bei 948,4 Mio. Euro. Negativ auf den Gewinn vor Steuern in Höhe von 70,1 Mio. Euro wirkten sich mit 8,3 bis 4,3 Mio. Euro die Folgen der Waldbrände im letzten Sommer aus. Der Nettogewinn von Portucel Soporcel lag 2003 bei 66,8 Mio. Euro, das sind 25% weniger als 2002.

### **Aussichten**

Trotz der erwarteten Erholung der Weltwirtschaft erwartet das Unternehmen ein eher schleppendes erstes Halbjahr, vor allem in Europa. In der zweiten Jahreshälfte erhofft man sich eine günstigere Entwicklung mit Nachfragezuwachs und einem erhöhten internationalen Handel. Die Preise sollen zumindest in den ersten Monaten des Jahres auf niedrigem Niveau bleiben. Portucel Soporcel will mit seiner Wachstums- und Integrationsstrategie fortfahren, um seine Wettbewerbsfähigkeit und den Firmenwert für seine Aktionäre zu verbessern. Im ersten Halbjahr 2004 wird eine Vorabstudie zum Bau einer neuen UWF-Papiermaschine, die die Integration von rund 350 000 t Zellstoff erlaubt, abgeschlossen.

## 11. MM Karton mit neuem Rekordergebnis

Die Wiener Mayr-Melnhof Karton AG erreichte im Jahr 2003 einen um 8% gesteigerten Jahresgewinn von 90 Mio. Euro. Dies ist ein neuer Höchstwert. Der Umsatz stieg um 4,3% auf 1,32 Mrd. Euro. Um das Preisgefüge in Europa zu halten, stellte MM Karton im zweiten Quartal vermehrt seine Maschinen entsprechend der Auftragsentwicklung ab. Außerhalb von Europa sank der Kartonabsatz, unter anderem infolge des Irak-Kriegs und der in Asien um sich greifenden SARS-Erkrankung. Der operative Gewinn blieb mit 136 Mio. Euro (+ 0,2%) praktisch unverändert. Einen detaillierten Jahresabschluss wird Mayr-Melnhof zu einem späteren Zeitpunkt präsentieren.

## 12. ProMinent kann Umsatz erhöhen

Die Heidelberger ProMinent Dosiertechnik GmbH konnte im abgelaufenen Jahr 2003 ihren Gruppenumsatz auf 203 Mio. Euro (+ 2,2%) steigern. Die mit 41 Niederlassungen und Verkaufsbüros arbeitende Firma setzte im Stammhaus Heidelberg 78 Mio. Euro um (+ 5,1%). Die Zahl der Mitarbeiter stieg leicht auf 1472 (+ 1). Die zum Jahresende 2002 begonnene Neuausrichtung in zwei Geschäftsbereiche wurde im vergangenen Jahr 2003 in Deutschland abgeschlossen und soll nun weltweit umgesetzt werden. Kern dieses Projekts ist die Entwicklung des Unternehmens von reinen Komponentenanbieter hin zum System- und Lösungspartner.

### Aussichten

Im Jahr 2004 möchte ProMinent den Umsatz um 8% auf 219 Mio. Euro steigern. Dies soll durch zahlreiche im vergangenen Jahr neu entwickelte Produkte geschehen.

## 13. Konzentrationsprozess bei Molkereien verlängert Transportwege für Milchprodukte

Wie die meisten Wirtschaftsbranchen ist auch die Molkereiwirtschaft seit vielen Jahren einem enormen Konzentrationsprozess unterworfen. Daraus ergeben sich für Milchprodukte ständig zunehmende Transportentfernungen zwischen Hersteller und Einzelhande. Diese Transportwege spielen bei der Beurteilung der Umweltverträglichkeit von Lebensmittelverpackungen eine besonders starke Rolle. Je größer die Entfernungen, desto besser schneiden leichte, flexible und gut stapelbare Verpackungen ab.

Seit 1990 hat sich die Zahl der Molkereiunternehmen in Deutschland von 360 auf jetzt noch 118 verringert. Im gleichen Zeitraum sank die Zahl der Betriebsstandorte dieser Firmen von knapp 400 auf rund 250. Laut einer Mitte der 90er Jahre durchgeführten Transportstudie wurde Milch in 1-Literverpackungen bereits damals im Schnitt rund 170 km weit gefahren, bis sie in den Geschäften ankam. Dass diese durchschnittliche Wegstrecke inzwischen eher zugenommen haben dürfte, liegt klar auf der Hand.

Weite Frachtwege belasten die Umwelt durch Energieverbrauch und Luftverschmutzung. In Ökobilanzen, die zur Ermittlung der Umweltverträglichkeit von Produkten wie etwa Verpackungen dienen, ist der Transport daher ein wichtiges Bewertungskriterium. Diese Erkenntnis bestätigte auch das Bundesumweltministerium im Anschluss an mehrere Ökobilanzen für Getränkeverpackungen. Demnach "belegen die Studien, dass den Transportentfernungen große Bedeutung zukommt". Unter anderem aus diesem Grund wurde der Getränkekarton vor zwei Jahren zur ökologisch vorteilhaften Verpackung erklärt.

Beim Transport weisen die leichtgewichtigen und faltbaren Getränkekartons gegenüber schweren, starren Behältern wie Glasflaschen klare Vorteile auf. So passen in einen

LKW z. B. rund 600 000 zusammengefaltete Kartonverpackungen. Für die gleiche Anzahl (leerer) Flaschen werden dagegen rund 20 Lastwagen benötigt. Auch in gefülltem Zustand ist der Unterschied deutlich: Während bei Kartongetränken ein Verhältnis von 95% Inhalt zu 5% Verpackung erzielt wird, entfallen bei Flaschen nur rund 60% auf das Füllgut und 40% auf die Verpackung. Daraus resultiert ein deutliches Entlastungspotenzial für die Umwelt durch Getränkekartons.

[zurück zum Inhalt](#)

## 14. Bayerischer Papierverband sponsert Ausbildung

Die bundesweit erste Laserschneidemaschine in der Ausbildung von Verpackungsmittelmechanikern nahm die Staatliche Berufsschule Lindau offiziell in Betrieb. Eine hervorragende Ausbildung ist die Grundlage für Innovation und Konkurrenzfähigkeit der Papier verarbeitenden Industrie nicht nur in Bayern. Der Verband der Bayerischen Papier, Pappe und Kunststoff verarbeitenden Industrie e.V. (VBPV) setzt sich nachdrücklich sowohl für eine quantitativ als auch qualitativ beispielhafte Ausbildung ein. Die Ausbildung zum Verpackungsmittelmechaniker ist in Bayern aufgrund der starken Faltschachtel- und Wellpappenindustrie die zentrale Fachausbildung der Branche. Das gilt auch geografisch. Lindau am Bodensee ist die Schule für Verpackungsmittelmechaniker im Freistaat. Gegenüber dem Jahr 2002 konnte die Schule auch in 2003 abermals steigende Schülerzahlen vorweisen. Der VBPV fördert seit Jahren die Lehrerausbildung, stärkt durch gemeinsame Veranstaltungen das Netzwerk zwischen Betrieben und Schule und lässt nicht nach im Werben um Ausbildungschancen. Eine Ausbildungsplatzabgabe für die bayerische papierverarbeitende Industrie sieht er dementsprechend - eine groteske Vorstellung.

Die Berufsschule kann unter ihrem Leiter Bernhard Stark ein überzeugendes pädagogisches und fachliches Ausbildungskonzept vorweisen. Deshalb habe der Vorstand nicht gezögert, als die Bitte für eine Unterstützung zur Anschaffung einer rechnergesteuerten Laserschneideeinheit für den Stanzformenbau an ihn herangetragen wurde, so Dr. Thorsten Arl, Hauptgeschäftsführer des VBPV. Am 3. März wurde die Laserschneideeinheit der Berufsschule offiziell übergeben. Ein gutes Beispiel für Privat-Public-Partnership, die der Berufsschule Lindau und der Ausbildung in Bayern insgesamt eine Spitzenposition in Deutschland sichert.

[zurück zum Inhalt](#)

## 15. Ciba kauft Pira International

Die Schweizer Ciba Spezialitätenchemie AG hat für einen nicht näher genannten Betrag die Fa. Pira International, ein Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen für die Verpackungs-, Papier-, Druck- und Verlagsindustrie, gekauft. Pira soll in den Ciba Expert Service integriert werden. Letzterer bietet bisher Dienstleistungen in den Bereichen Farbmanagement, Umwelt und Sicherheit, Registrierung, Test sowie Aus- und Weiterbildung an. Pira International mit Sitz in Leatherhead, Großbritannien, beschäftigt 140 Mitarbeiter und veranstaltet auch Konferenzen. Die Geschäftseinheit Ciba Expert Service wird von Adrian Knott geleitet. Der bisherige Geschäftsführer von Pira, Mike Hancock, wird in das Managementteam von Knott integriert. Pira wird in Zukunft weiter unter seinem eigenen Namen auftreten und den Zusatz "A Provider of Ciba Expert Services" führen.

[zurück zum Inhalt](#)

## 16. Printemps macht Papiereinkaufstüten zu Kunstobjekten

Das Pariser Kaufhaus Au Printemps (Groupe PPR) behandelt das Thema kostenlose Papiertragetüten nicht mehr nur unter Umweltaspekten. Es will die Taschen vielmehr von jungen Designern künstlerisch gestalten lassen und jeweils in limitierter Auflage als Sammlerobjekte verteilen. Diese ungewöhnliche Promotionidee gehört zu der neuen Werbestrategie des Unternehmens, mit der die Pariser Agentur Publicis et Nous beauftragt wurde. Die ersten Papiertüten sollen in wenigen Wochen herauskommen.

Die für die Aufgabe vorgesehenen Fotografen und Maler hat die Kunstgalerie RC ausgewählt. "Sie sind zwischen 35 und 45 Jahre alt, leben in Frankreich und haben alle schon an internationalen Ausstellungen teilgenommen", erklärte Galerieleiter Eric Dereumeux, der betont, es handele sich um Einzelarbeiten von insgesamt zehn Künstlern, die auch dafür bezahlt würden, wenn auch eher symbolisch: "Wir wollten nicht, dass sie sich vom Geld motivieren lassen", ergänzt die neue Printemps-Marketing- und PR-Chefin Nathalie Montaldier. Die Kunst-Tüten kämen im übrigen nicht viel teurer in der Herstellung als die vier Millionen, die jedes Jahr in den 26 Kaufhäusern des Unternehmens verteilt werden. Die Aktion wäre also auch kostenmäßig interessant.

Die Werbeagentur brauchte nicht lange, um Nathalie Montaldier von der Idee zu überzeugen. "Ich war schon von dem Erfolg beeindruckt, den die Agentur für uns zu Weihnachten 2003 mit einer von Sonia Rykiel geschaffenen Einkaufsstüte gehabt hat", sagt sie und kündigte an, dass Printemps junge Künstler mit ihren Arbeiten auch in einer speziellen Ausstellung vorstellen will. Ob die Kunst-Tüten irgendwann auch nummeriert und signiert werden sollen, ließ sie offen: "Möglich ist alles." - jb

[zurück zum Inhalt](#)

## 17. MM-Karton mit neuen Vertriebsbüros in China

Die österreichische Mayr-Melnhof Karton AG, Wien, eröffnete Anfang des Jahres zwei neue Vertriebsbüros in China. Mit den beiden neuen Standorten in Schanghai und Guangzhou setzt Mayr-Melnhof Karton (MM-Karton) seine Strategie der Internationalisierung weiter fort. Aufgabe der neuen Niederlassungen ist es, Kontakte zu bestehenden Kunden zu intensivieren und neue Marktpotenziale in China und Hongkong zu erschließen.

Das enorme Wirtschaftswachstum in der Region und die damit verbundene steigende Konsum- und Kartonnachfrage waren wesentliche Gründe für diesen strategischen Schritt", erklärt Franz Rappold, Vertriebsvorstand der Mayr-Melnhof Karton AG. "Unsere Kunden in China und Hongkong haben nun erstmals die Möglichkeit, direkt mit Mayr-Melnhof Karton ihre Geschäfte abzuwickeln anstatt wie bisher über Exporteure oder Handelspartner", so Rappold weiter. Kunden profitieren vor allem von einer schnellen und kompetenten Vor-Ort-Betreuung, sowohl im Verkauf als auch im Bereich des technischen Kundendienstes. Auch die Option, durch Jointventures oder Akquisitionen künftig eigene Produktionskapazitäten in China aufzubauen, schließt Mayr-Melnhof Karton aus heutiger Sicht nicht aus.

Das Vertriebs- und Technikteam unter der Leitung von Arnoud Snelleman besteht aus lokalen Mitarbeitern, die im Rahmen praktischer Schulungen in Österreich auf ihre neue Aufgabe vorbereitet wurden. Das Büro in Guangzhou in der südlichen Provinz Guang Dong ist bereits seit 1.1. 2004 operativ tätig und betreut vor allem bestehende Kunden im Süden Chinas. Am 1.2. 2004 folgte die Eröffnung des neuen Standorts Schanghai, dessen Schwerpunkt die Regionen Ost- und Nordchina sind.

[zurück zum Inhalt](#)

## 18. Conrad Jacobson unterstützt geplante Papierfabrik in Belarus

Der Hamburger Rohstoffhändler Conrad Jacobson unterstützt die weißrussische Holding Bellesbumprom, eine regierungsnahe Organisation, die an Kombinat der Papier- Holz- und Möbelindustrie beteiligt ist, beim geplanten Bau einer Zeitungsdruckpapier-Fabrik in dem Land. Bellesbumprom möchte eine Zeitungsdruckpapier-Fabrik mit einer Jahreskapazität von ca. 220 000 t bauen. Bei einem weißrussischen Eigenverbrauch von 50 000 t bis 60 000 t soll das restliche Zeitungsdruckpapier von der Fa. Conrad Jacobson, die eine Vermarktungsgarantie abgeben möchte, vertrieben werden. In erster Linie soll das TMP-basierte Zeitungsdruckpapier nach Polen, Ukraine oder Russland exportiert werden. Deutschland ist nicht als wesentliches Abnahmeland vorgesehen. Jacobson wird auch keine größere Kapitalverpflichtung bei dem geplanten Greenfieldprojekt leisten, sondern allenfalls, so war zu erfahren, eine symbolische Finanzierung beisteuern.

Knackpunkt des Vorhabens ist die Finanzierung. Zwar existiert eine Zahlungsgarantie des weißrussischen Staates, ob diese freilich ausreicht, um eine Finanzierung zu ermöglichen, bleibt abzuwarten. Die Rückzahlung der Kredite soll aus den Exporten erfolgen. Die mögliche Inbetriebnahme der Fabrik soll im Jahr 2006 sein, die Lieferantenauswahl soll im Laufe des Jahres 2004 erfolgen. Für etwaige Maschinenlieferanten könnte die Frage von Hermesgarantien oder im Ausland analogen Garantien eine bedeutsame Rolle bei einer Lieferung spielen. Von Insidern werden dem Projekt nach Recherchen der apr nur sehr geringe Realisierungschancen eingeräumt. -GB

[zurück zum Inhalt](#)

## 19. UPM erwartet niedrigeren Gewinn im ersten Quartal 2004

Anlässlich der Hauptversammlung des UPM-Kymmene-Konzerns in Helsinki sagte Jussi Pesonen, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens, dass der operative Gewinn im ersten Quartal 2004 voraussichtlich um ca. 25 Mio. Euro niedriger ausfallen werde als im Jahr 2003. Damit läge er bei ca. 100 Mio. Euro. Insgesamt sind die Auslieferungen für Papier bei UPM-Kymmene im Vergleich zum letzten Jahr gestiegen. Die Durchschnittspapierpreise in Europa seien mit Ausnahme von Zeitungsdruckpapier auf dem Niveau des Jahresendes 2003 verblieben. Preissteigerungen für Magazinpapiere in den USA scheinen möglich, und höhere Preise auf Dollarbasis seien auf den Überseemärkten bereits durchgesetzt worden. Insgesamt seien die Papierpreise zurzeit jedoch deutlich niedriger als ein Jahr zuvor.

[zurück zum Inhalt](#)

### I. PERSONALIA



*Erik Bargfrieder*

**Erik Bargfrieder** übernimmt die Leitung der CIP Management Consulting in Linz (Österreich) von Norbert Weiland, der nach zwei Jahren Aufbauarbeit in eine Führungsposition der Papierindustrie wechselt. Bargfrieder war vorher Leiter des Geschäftsfelds Zellstofftechnik bei der Andritz AG sowie Vertriebs- und Marketingleiter der Zellstoff Pöls AG. Der Diplomingenieur bringt seine Erfahrungen aus Restrukturierungs- und Modernisierungsprojekten in Osteuropa ein. Unterstützt wird er durch Dr. **Johannes Schimpelsberger** der Kunden bei der Nutzung von staatlichen bzw. EU-weiten Förderprogrammen und Private Equity (z. B. zur Investitionsfinanzierung) unterstützt.



*Adriano Gut*

**Adriano Gut** wurde zum neuen Leiter der Abteilung Qualimage, einer Division der Cham Paper Group, ernannt. Er trat seine neue Position am 1. März 2004 an. Nach dem Ausscheiden von Marcel Schwendimann erfolgte die Wahl von Gut im Sinne einer natürlichen Entwicklung. Er ist seit 2002 bei der Gruppe und war auch zuvor in Managementfunktionen in der Industrie tätig. Schwendimann war einige Jahre für die Cham Paper Group tätig und hat in dieser Zeit an der Gründung und dem Aufbau der Abteilung Inkjet-Papiere gearbeitet. Er hat sich aus persönlichen Gründen zum Ausscheiden entschlossen und möchte sich neuen Herausforderungen in den USA stellen. Qualimage wurde im Jahr 1998 als Division der Cham Paper Group gegründet.

**Dieter Kramer**, Geschäftsführer der Hofheimer Deublin GmbH, verlässt das Unternehmen und geht nach 31 Jahren in den verdienten Ruhestand. Sein Nachfolger ist **Wolfgang Trittin**. Kramer hat 1973 bei der Deublin GmbH, der deutschen Niederlassung der amerikanischen Deublin Company, begonnen. Damals war seine zentrale Aufgabe, Deublin gegenüber Wettbewerbern zu positionieren, mit dem Ziel, sich aufgrund der breiten Produktpalette und der hohen Produktqualität als Marktführer zu etablieren. Ein Ziel, das schnell erreicht wurde und sich am Wachstumspfad von zehn Mitarbeitern 1973 auf heute rund 130 Mitarbeiter in Konstruktion, Produktion, Vertriebsaußendienst und -innendienst mit ablesen lässt. Mittlerweile werden jedes Jahr in Wallau mehrere hunderttausend Drehdurchführungen gefertigt. Zusammen mit der Produktion in Italien und USA ist Deublin weltgrößter Hersteller von Drehdurchführungen. Trittin, der neue Geschäftsführer, steht zum langjährigen Deublin-Konzept, denn "Qualität zahlt sich aus". Er sagt, dass die "Geiz"-Mentalität nicht der Weisheit letzter Schluss ist, denn was im ersten Moment billig erscheint, kann später böse teuer werden.



*Dieter Kramer*



*Wolfgang Trittin*



Immo Scharadt

**Immo Scharadt**, Niederlassungsleiter bei der Papiergroßhandlung Karl-Heinz Geiger GmbH & Co. in Bühl, feiert am 1. April 2004 sein 10-jähriges Betriebsjubiläum verbunden mit seinem 50-jährigen Arbeitsjubiläum. Der gebürtige Berliner, gelernter Papierkaufmann, startete seine Karriere 1954 bei Karl Lange in Bremen und kam über die Stationen Munkedals, Schweden, sowie Neumann, Düsseldorf, ins Badische zur Karlsruher Papiergroßhandlung EPA, bei der er bis zu seinem Ausscheiden in der Geschäftsleitung tätig war. Im Spätsommer seiner beruflichen Tätigkeit wechselte der sportliche Jubilar im April 1994 als Prokurist zum Igepa-Gesellschafterunternehmen Karl-Heinz Geiger.

[zurück zum Inhalt](#)

## II. **KURZ NOTIERT**

### **Deutschland**

Die Bayerischen Papierverbände haben sich dieses Jahr an einem Austauschprogramm zwischen Wirtschaft und Staatsregierung beteiligt. Seit dem 16. März volontiert Dr. Josef Lettenbauer, im bayerischen Umweltministerium u.a. für genehmigungspflichtige Anlagen nach dem Bundes-Immissions-Schutzgesetz (BimSchG) - also auch für Papierfabriken - zuständig, bei den Papierverbänden in München. "Das Austauschprogramm", so Dr. Thorsten Arl, Hauptgeschäftsführer der Papierverbände, "bietet für uns eine ideale Möglichkeit, die Kontakte hin zum Umweltministerium weiter zu intensivieren und die Anliegen der Papierindustrie, insbesondere in den Bereichen Emissionshandel und Energiepolitik, vorzutragen". Den Bayerischen Papierverbänden vermittelt die Zusammenarbeit zudem einen wertvollen Einblick in die Aufgaben- und Entscheidungsstruktur des Ministeriums.

### **Finnland**

Der finnische Stora Enso-Konzern hat angekündigt, seine **Preise für holzfrei gestrichene Rollenpapiere und Formate im April in Europ um 5 bis 8% erhöhen** zu wollen. Ähnliche Preiserhöhungen sollen auf den außereuropäischen Märkten durchgesetzt werden.

[zurück zum Inhalt](#)

## Vorschau apr MAGAZIN, Nr. 8

erscheint am 22. April 2004

aus dem Inhalt:

- DRUPA 2004
- Vorberichte zur Messe

Bestellen Sie hier Ihr kostenloses Probeheft

### III. IMPRESSUM

Verlag: P. Keppler Verlag GmbH & Co. KG  
Industriestr. 2, D-63150 Heusenstamm,  
Tel. (0 61 04) 60 60, Telefax (0 61 04) 60 61 45  
[www.kepplermediengruppe.de](http://www.kepplermediengruppe.de)  
[info@kepplermediengruppe.de](mailto:info@kepplermediengruppe.de)

Geschäftsführung: Hans-Gerd Koenen, Eckhart Thomas

Redaktion: Dipl.-Kfm. Gerhard W. Brucker (Chefredakteur)  
[g.brucker@kepplermediengruppe.de](mailto:g.brucker@kepplermediengruppe.de)  
Siegfried Jütte (technische Redaktion)  
[s.juette@kepplermediengruppe.de](mailto:s.juette@kepplermediengruppe.de)

Beiträge mit namentlicher Kennzeichnung geben nicht unbedingt die  
Auffassung der Redaktion wieder.

Bereichsleitung: Petra Hanke, Telefon (0 61 04) 6 06-360  
Papier- und Druckzeitschriften: [p.hanke@kepplermediengruppe.de](mailto:p.hanke@kepplermediengruppe.de)

Anzeigenleitung: Marion Apitz, Telefon (06104) 6 06-304  
[m.apitz@kepplermediengruppe.de](mailto:m.apitz@kepplermediengruppe.de)

Web Content: Mike Wilhelm, Telefon (06104) 6 06-202  
[m.wilhelm@kepplermediengruppe.de](mailto:m.wilhelm@kepplermediengruppe.de)

Vertriebsleitung: Werner Israel, Telefon (06104) 6 06-214  
[w.israel@kepplermediengruppe.de](mailto:w.israel@kepplermediengruppe.de)

Abonnementverwaltung: Sandra Konrad, Telefon (06104) 6 06-210  
[s.konrad@kepplermediengruppe.de](mailto:s.konrad@kepplermediengruppe.de)

Bezugspreis (Jahresabonnement): Inland: Euro 190,- incl. Versandkosten und gesetzl. MwSt.  
Ausland: Euro 220,- incl. Versandkosten.  
Ermäßigung für Schüler, Studenten und Azubis (gegen  
entsprechenden Nachweis): 50% auf den Nettobezugspreis.

Erscheinungsweise: Monatlich 4 Ausgaben (2 x Magazin und 2 x PAPIER-ZEITUNG  
(128. Jahrgang) per E-Mail). Bestellungen direkt beim Verlag oder beim  
Buchhandel. Der Mindestbezugszeitraum beträgt ein Jahr. Die  
Kündigungsfrist beträgt drei Monate vor Ablauf des  
Abonnementjahres. Das Abonnement verlängert sich automatisch.

Bankkonto: Deutsche Bank Offenbach  
Kto.-Nr. 113 5607, BLZ 505 700 18.  
Wir akzeptieren folgende Kreditkarten:  
Eurocard, MasterCard, Diners Club, Visa und American Express.

Versandort: Frankfurt am Main D1096

[zurück zum Inhalt](#)

### V. Werbemöglichkeiten in der apr-"PAPIER-ZEITUNG"

### IV. ZU IHRER INFORMATION

Diese E-Mail kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Der Inhalt ist ausschließlich für den in dieser E-Mail bezeichneten Adressdaten bestimmt. Wenn Sie nicht der richtige Adressat oder dessen Vertreter sind, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung. Jede Form der Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts der apr PAPIER-ZEITUNG ist unzulässig. Der Herausgeber der apr PAPIER-ZEITUNG ist die **Allgemeine Papier-Rundschau** (im Folgenden apr) mit Sitz in 63150 Heusenstamm, Industriestrasse 2. Für die Inhalte zeichnen die Content-Lieferanten verantwortlich. Die ausschließlichen Nutzungsrechte für die in diesem verwendeten Inhalte liegen bei der apr. Vervielfältigung im Ganzen oder in Teilen ist ohne ausdrückliche Genehmigung der apr in jeglicher Form in jedem Medium verboten.

[zurück zum Inhalt](#)

Start  Home