



PAPIER-ZEITUNG



Nr.: 08

128. Jahrgang

Allgemeine Papier-Rundschau

Home

Hilfe

26. April 2004

Erscheint 2 x im Monat

www.a-p-r.de

## INHALT

1. SIG Combibloc investiert in Deutschland
2. Neues Kompetenz-Center der Qualimage Office Solutions AG
3. Bong und Hamelin schmieden Allianz
4. SCA erhöht Besitzanteil an asiatischer Fa. Central Package
5. Marktstudie: Kunden geben Södra Cell gute Noten für 2003
6. UPM-Werk Changshu bezieht aus Indonesien ausschließlich Plantagenholz-Zellstoff
7. Exacompta Clairefontaine litt unter Papierimporten
8. Ekman kauft KC International
9. Södra Cell wechselt seinen Umschlagplatz in Deutschland
10. Klippan investiert in die Energieerzeugung
11. Kooperation von UNICEF und Stora Enso zur Bildungsförderung
12. CDH-Vertriebsbörse in Prag
13. Weniger Arbeitsunfälle bei Druck und Papier
14. Arjo Wiggins stellt datenspeicherfähiges Papier auf der drupa vor
15. Papierverarbeitungswerk Schümann behauptet seine Marktstellung
16. Investitionsbereitschaft in der Druckindustrie bleibt verhalten
17. Papierindustrie sieht leichte Erholung bei grafischen Papieren

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

Sonoco und Ahlstrom bilden Jointventure im Hülsenbereich

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

Probeheft

Abonnement

Vorschau  
apr MAGAZIN,  
Nr. 10

erscheint am  
21. Mai. 2004

Anzeigenschluß:  
07. Mai 2004

aus dem Inhalt:

- PAPIER

- Vorberichte  
zur

... APV in Graz  
(25.-  
28.5.2004)  
und

... PulPaper in  
Helsinki  
(01.-  
03.6.2004)

Bestellen Sie  
hier Ihr  
kostenloses  
Probeheft

## 1. SIG Combibloc investiert in Deutschland

SIG Combibloc weitet die Packstofffertigung für aseptische Getränkekartons aus. An den deutschen Produktionsstandorten Linnich (derzeit drei Packstoffwerke) und Lutherstadt Wittenberg (derzeit ein Packstoffwerk) sollen dem Unternehmen zufolge in den nächsten Jahren - neben der Ausweitung der Schichten - insgesamt rund 100 Mio. Euro investiert werden.

In Wittenberg ist bereits der Neubau eines weiteren Werkgebäudes im Gange. In ihm werden letztlich zwei flexible Endfertigungslinien eingerichtet, die beschichtete und bedruckte Packstoffe stanzen und siegeln. Die Inbetriebnahme der ersten neuen Linie ist für Ende Juli 2004 geplant, die zweite Endfertigungslinie sowie eine neue Druckmaschine sollen im Herbst 2005 anlaufen.

Auch in Linnich wird laut SIG Combibloc die Produktionskapazität deutlich erweitert. Zunächst sollen zu diesem Zweck die Schichtarbeit ausgebaut und eine zusätzliche Endfertigungslinie sowie eine neue Druckmaschine in vorhandene Gebäude integriert werden. Der Anlauf der Endfertigungslinie ist für den Sommer geplant, die Druckmaschine soll bereits im Frühjahr 2004 rotieren. Der Verwaltungsrat der SIG bewilligte zudem die Investition in eine weitere Beschichtungsanlage. Hierzu steht der Bau eines neuen Produktionsgebäudes an. Der Anlauf der neuen Beschichtungsanlage ist für Anfang 2006 geplant.

In den Packstoffwerken von SIG Combibloc wird der Packstoff für aseptische Getränkekartons beschichtet, bedruckt, geschnitten, gestanzt und gesiegelt. Die fertigen, flachen Kartonmäntel werden im Anschluss zu den Kunden transportiert und dort auf Füllmaschinen von SIG Combibloc aseptisch mit Säften, Milch oder Saucen befüllt. Ein weiteres Packstoffwerk zur Produktion von aseptischen Kartonverpackungen baut SIG Combibloc derzeit in Riad, Saudi-Arabien.

[zurück zum Inhalt](#)



apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

### Sonoco und Ahlstrom bilden Jointventure im Hülsenbereich

Die finnische Ahlstrom Corporation und der US-amerikanische Sonoco-Konzern vereinbarten, die europäischen Geschäftsbereiche Hülsen (auf Papierbasis) und Hülsenkarton zusammenzuschließen. Ahlstrom wird 35,5% und Sonoco 64,5% der Anteile an dem neuen Unternehmen halten. Die Partner bilden einen führenden europäischen Hülsenhersteller in Form eines Jointventures. Das neue Unternehmen mit dem Namen Sonoco-Alcore wird ungefähr 1800 Mitarbeiter beschäftigen und einen Proforma-Umsatzerlös von ungefähr 300 Mio. Euro verzeichnen und avanciert somit zu einem der größten europäischen Hülsenproduzenten. Der Abschluss dieser Transaktion bedarf noch der Genehmigung durch die Kartellbehörden.

Ahlstroms Marktpräsenz in Skandinavien verbunden mit Sonocos hervorragender Präsenz in Mittel- und Südeuropa soll das Jointventure in die Lage setzen, die Kundenbetreuung zu erweitern und zu stärken. Das Jointventure wird ferner über eine gute Position in den osteuropäischen Märkten sowie in der Türkei und in Russland verfügen. Sonocos traditionelle Stärke bei Hülsen für die Textil- und Folienindustrie wird durch Ahlstroms Konzentration auf Hülsen für die Papierherstellung ergänzt. Der europäische Markt für Hülsen und Hülsenkarton leidet an Überkapazitäten. Das Jointventure soll den Partnern eine optimierte Produktion in ganz Europa ermöglichen und die Wettbewerbsfähigkeit steigern.

"Die Schaffung dieses Jointventures entspricht unserer Geschäftsstrategie, aktiv an der Marktkonsolidierung teilzuhaben. Dieses Jointventure nutzt die Stärken beider Unternehmen, um ein führendes Unternehmen zu schaffen, das sowohl Kunden als

auch Mitarbeitern zugute kommt", sagt Juha Rantanen, President und CEO der Ahlstrom Corporation.

Ahlstrom bringt 15 Hülsenwerke in Sonoco-Alcore ein. Die Werke befinden sich in Finnland (drei Werke), Schweden (drei Werke), Deutschland (zwei Werke), den Niederlanden (zwei Werke), Estland, Frankreich, Norwegen, Polen und Russland (jeweils ein Werk). Ahlstrom wird zudem sein Hülsenkartonwerk in Karhula, Finnland, und ein Ausrüstungszentrum in Anjalankoski, Finnland, beisteuern. Alle diese Werke beschäftigen insgesamt ungefähr 500 Mitarbeiter. Sonoco wird insgesamt 25 Hülsenwerke sowie sechs Papierfabriken in Sonoco-Alcore einbringen. Zum neuen Geschäftsführer des Jointventures wird James A. Harrell, derzeit Division Vice President von Sonoco Industrial Products/Paper, Europa, ernannt werden. Sonoco-Alcore wird seinen Hauptsitz in Brüssel, Belgien, haben. Der Aufsichtsrat wird aus sieben Mitgliedern bestehen. Vier von ihnen (einschließlich des Vorsitzenden) kommen von Sonoco, drei von Ahlstrom. Sonoco-Alcore will branchenführend in Technologie und Innovation sein und strebt danach, bevorzugter Lieferant der Kunden zu sein.

In einer unabhängigen Transaktion hat Sonoco Asia 100% des Hülsengeschäfts von Ahlstrom in Shouguang, China, übernommen. Das Werk beschäftigt 16 Mitarbeiter. Das chinesische Werk wird nicht Teil des Jointventures von Sonoco-Alcore sein. Gemäß den Bestimmungen der Vereinbarung und abhängig von bestimmten Bedingungen besitzt Ahlstrom eine Verkaufsoption und Sonoco eine Kaufoption für die entsprechenden von Ahlstrom gehaltenen Anteile am Jointventure.

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

[zurück zum Inhalt](#)

## **2. Neues Kompetenz-Center der Qualimage Office Solutions AG**

Die Qualimage AG mit Sitz in Baar, Schweiz, Anbieter hochwertiger Inkjetpapiere im Formatbereich, nimmt am 1. Mai 2004 in Steinhausen im Kanton Zug, Schweiz, ein Kompetenz-Center für den Handel und die Verarbeitung hochwertiger Inkjetpapiere in Betrieb. Die gegenwärtige Produktionsstätte in Kirchheimbolanden wird aufgelöst. 80% der Angestellten haben sich dazu entschlossen, in die Schweiz zu ziehen und in dem neuen Kompetenz-Center in Steinhausen zu arbeiten. Ebenso wird die Qualimage Office Solutions AG die Maschinen und das Verarbeitungsgeschäft der Firma Paper Point in Hamburg, mit welcher es schon seit längerem eine Kooperation gab, übernehmen.

Das Unternehmen wird auch in Zukunft alles, vom matt gestrichenem Inkjetpapier bis zum hochwertigen Photo-Glossy Inkjetpapier, verarbeiten und in Kundenmarken vertreiben. Zudem stellt Qualimage in Kürze eine neue Generation von hochwertigen mikroporösen Produkten vor.

An dem neuen Standort wird auch weiterhin die Lohnverarbeitung von Papier angeboten. Von der Rollenausrüstung auf diverse Formate, über die Verpackungsentwicklung und -beschaffung bis hin zu fertigen Endverpackungen reicht das Spektrum des Dienstleistungsangebotes. Neben modernen Formatstraßen stehen im Verpackungsbereich vollautomatische Wallet- und Einschweißanlagen zur Verfügung.

In einer Produktionshalle mit einer Fläche von 5500 qm in Steinhausen und einem Hochregallager mit 3000 Palettenstellplätzen ist die Qualimage Office Solutions AG auch in der Lage, ihren Kunden umfangreiche Logistikdienstleistungen anzubieten. Der Handels- und Dienstleistungsbereich befindet sich unter einem Dach. Die Geschäfte am neuen Standort werden durch Stephan Rudolf und Dr. Martin Schöne, der neu in die Geschäftsführung eingetreten ist, geführt.

Die Qualimage Office Solutions AG vermarktet und verarbeitet Inkjetpapiere ausschließlich in Kundenaufmachungen. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um Privatlabel-Kunden, OEMs, Retailer und Discounter, die das Papier unter eigenem Label verkaufen.

Mit der vollzogenen Zusammenlegung sowohl der Handels- als auch der Verarbeitungskapazitäten unter dem Dach der Qualimage Office Solutions AG soll dem starken Wachstum des Unternehmens Rechnung getragen werden. Die Qualimage AG strebt die Marktführerschaft in Europa im Handel und Verarbeitung von Inkjetpapieren an.

[zurück zum Inhalt](#)



### **3. Bong und Hamelin schmieden Allianz**

Der schwedische Briefumschlaghersteller Bong Ljungdahl AB und der französische Briefumschlag-, Büroproduktehersteller und -vertreiber Hamelin haben eine Allianz gebildet. Das französische Familienunternehmen Hamelin stellt neben verschiedenen Schreibwaren unter anderem acht Milliarden Umschläge jährlich her und hat eine starke Position in Frankreich, Deutschland, England, Spanien und Italien. Bong und Hamelin repräsentieren zusammen nach eigenen Angaben rund 20% des europäischen Briefumschlagmarktes und sind nach eigener Meinung geografisch gut in Europa verteilt. Nach Ansicht von Anders Davidsson, dem Vorstandsvorsitzenden von Bong Ljungdahl, gibt es einen klaren Trend zur Konsolidierung im europäischen Büroproduktehandel. Mit der Allianz soll es gelingen, die Zahl von Transportbewegungen zur Belieferung herabzusetzen und dem Kunden noch besseren Service zu bieten.

[zurück zum Inhalt](#)

### **4. SCA erhöht Besitzanteil an asiatischer Fa. Central Package**

SCA hat mit Anthony Chen, dem Gründer der Verpackungsfirma Central Package, und einem Minderheitseigentümer einen Vertrag über den Erwerb zusätzlicher Aktien des Unternehmens abgeschlossen. Nach Beendigung der Transaktion erhöht sich der Besitzanteil von SCA von 65% auf 92,5%.

Die Fa. Sekisui, ein japanisches Unternehmen, das unter anderem Polystyrol, das ein wichtiger Rohstoff für Schutzverpackungen ist, behält seinen Anteil von 7,5%. Ab April 2004 wird das Geschäft in SCA konsolidiert. Der Gesamtkaufpreis für die 92,5% der Aktien liegt bei 79,14 Mio. Euro. Der Umsatz von Central Package liegt bei rund 87 Mio. Euro. Die meisten Geschäfte tätigt die Firma in China, wo sie rund 20 Verarbeitungsbetriebe besitzt. Central Package hat auch Produktionsstätten in Singapur, Malaysia und Indonesien.

[zurück zum Inhalt](#)

### **5. Kunden geben Södra Cell gute Noten für 2003**

Die Ergebnisse der neuen Kundenzufriedenheitsstudie, die Södra Cell seit 1999 im Zweijahresabstand durchführen lässt, sprechen eine deutliche Sprache: Södra Cell erhält Bestnoten als Marktführer in verschiedenen Produkt- und Service-segmenten.

Gleichzeitig geben die Ergebnisse der neuen Untersuchung wichtige Rückschlüsse auf die Akzeptanz bestimmter Marketinginitiativen wie "PulpServices", offenbaren aber auch Optimierungsbedarf in einzelnen Bereichen. Für die Studie 2003 wurden insgesamt 54 Kunden vor allem aus Westeuropa interviewt. Schwerpunkt der Länderauswahl lag in Schweden und Deutschland. Die Interviewpartner gaben ihre Einschätzungen zu Aspekten wie Stärken und Schwächen, Produktqualität, Lieferstandard, Verkaufsorganisation, Technischer Service, Forschung und Entwicklung, Umwelttrends, aber auch Themen wie Loyalität und Image ab. Wesentliche Erkenntnis der Studie ist darüber hinaus, dass der "durchschnittliche Kunde" nicht existiert.

Stattdessen ist Södra Cell aufgerufen, Kundenbedürfnisse noch genauer zu interpretieren und in individuelle Angebote umzusetzen, um die Produkt- und Servicequalität im Allgemeinen noch zu verbessern. Als erste Antwort auf die Untersuchung wird Södra Cell vom 4. bis 5. Mai im Rahmen der Fachkonferenz "Service 2004" am Tegernsee seinen europäischen Kunden optimierte Lieferkonzepte präsentieren.

Ulf Edman, Marketingdirektor von Södra Cell, kommentiert die Ergebnisse: "Wir haben wieder zufrieden stellende und gute Resultate erreicht in unserem Bemühen, für unsere Kunden Verkaufsvorteile zu schaffen. Trotzdem zeigt die Studie, dass wir noch stärker als bisher im Bereich Produktqualität arbeiten und unsere Innovationsfähigkeit durch Produktinnovationen unter Beweis stellen müssen. Außerdem haben wir gesehen, dass wir einige unserer Kunden noch von unserer langfristigen Wettbewerbsfähigkeit überzeugen müssen."

### **Die Ergebnisse im Überblick**

Fast die Hälfte aller Kunden qualifiziert Södra Cell als "Marktführer" in den Bereichen "Technischer Service", "Forschung und Entwicklung" und "Verkauf". In der ersten Studie von 1999 lagen die entsprechenden Werte noch bei 30%. Eindeutige Stärken sehen die Befragten bei "Lieferungen" (43%), "Produktqualität" (37%) und "Service" (28%). Als Hauptschwäche wird wie in den Vorjahren "keine" genannt, gefolgt von "mangelnder Kundenorientierung" und "Produktqualität".

Einer der Schlüsselfaktoren zur Kundenzufriedenheit ist - der Studie zufolge - Produkte zu entwickeln, deren Qualität noch über dem aktuellen Standard liegt. Denn 70% der Befragten erklären, dass die Zellstoffqualität "sehr wichtig" für das Endprodukt sei. 46% sind bereit, für ein verbessertes Produkt mehr zu bezahlen. Speziell im Bereich "Forschung und Entwicklung" sehen 73% der Interviewpartner daher noch Potenzial für eine engere Zusammenarbeit zwischen Södra Cell und seinen Kunden.

72% der Interviewpartner haben keine Lieferprobleme in den zurückliegenden zwölf Monaten beobachtet. 55% der Södra Cell-Kunden sind bereit, noch enger mit dem Unternehmen im Bereich "Lieferplanung/Disposition" zusammenzuarbeiten. Gute Bewertungen erhielten auch Södra Cells nationale Verkaufsbüros: Von 15 Kriterien, die im direkten Wettbewerbervergleich abgefragt wurden, schnitt das Unternehmen 2003 elfmal als "Marktführer" ab. In den Vorjahresstudien 2001 und 1999 hatten Södra Cell-Kunden bei zwölf analysierten Aspekten nur fünf- bzw. sechsmal dieses Attribut genannt.

In der Kategorie "Image/Marketingkommunikation" wird Södra zu den Marktführern gezählt. 80% aller Interviewpartner bewerten diese Aktivitäten als positiv und stufen das Unternehmen als "gut vorbereitet für die Zukunft" ein. Auch der Aspekt "Kundenloyalität" liegt bei 63%: So hoch ist der Anteil an Kunden, die sich erneut für Södra Cell als Lieferanten entscheiden würden. Befragt nach dem "unique value", der durch die Zusammenarbeit mit Södra Cell für die Unternehmungen auf Kundenseite entsteht, geben 44% der Interviewpartner diesen an. Die entsprechenden Zahlen der Studien von 1999 und 2001 lagen bei 38 und 43%. Analysiert man die Antworten der großen Kunden, die 80% des Zellstoffs abnehmen, steigt dieser Wert sogar auf 57%.

Im Bereich "Umwelt" erklären 46% der Befragten, dass das Thema "Zertifizierung" innerhalb dieses Gebiets das wichtigste Kriterium sei. Für 90% (!) ist sie "wichtig" oder "sehr wichtig". 61% der befragten Södra-Kunden sind überzeugt, dass in den nächsten zwei Jahren mehr als die Hälfte des gekauften Zellstoffs zertifizierte Qualität sein wird. Als die bevorzugten Zertifizierungs-Standards werden PEFC oder FSC genannt, wobei FSC von mehr Befragten als Wunsch-Standard überwiegt.

Auch für 2005 plant Södra Cell eine weitere Studie zur Kundenzufriedenheit. Dann allerdings wird eine methodische Änderung vorgenommen werden: Statt des bisher benutzten "unique value measurement" soll ein "Kunden-Barometer-Index" verwendet werden, der noch verlässlicher und umfassender die Zufriedenheit auf Kundenseite messen kann.

[zurück zum Inhalt](#)



## 6. UPM-Werk Changshu bezieht aus Indonesien ausschließlich Plantagenholz-Zellstoff

Seit Anfang 2004 verarbeitet die UPM-Feinpapierfabrik Changshu in China Zellstoff aus Indonesien, der ausschließlich aus Akazienholz aus Plantagenanbau stammt. Das chinesische Werk bezieht den kurzfasrigen Zellstoff im Rahmen eines Liefervertrags zwischen UPM und dem in Singapur ansässigen Unternehmen APRIL. Der Vertrag läuft noch bis Ende 2006. Der Großteil des vom Werk Changshu verarbeiteten Zellstoffs stammt aus der Zellstofffabrik von APRIL in Indonesien und wird ausschließlich aus in Plantagenanbau gewonnenem Akazienholz hergestellt. Neben kurzfasrigem Zellstoff aus Indonesien bezieht das Werk Changshu langfasrigen Zellstoff aus Finnland und Kanada. UPM setzt keinen Zellstoff ein, der Holz aus indonesischen Naturwäldern enthält.

Die Akazienplantagen von APRIL befinden sich auf bereits früher abgeholzten Waldflächen. Diese hat die indonesische Regierung in ihrem Flächennutzungsplan als Plantagenwirtschaftsgebiete ausgewiesen, wobei 20% der Flächen als Pufferzonen belassen werden. Gemäß einer bestehenden Vereinbarung zwischen UPM und APRIL wurde die Holzbeschaffungskette von APRIL durch den Schweizer Zertifizierer SGS auditiert, um auszuschließen, dass Holz aus illegalem Einschlag eingesetzt wird. Außer Zellstoff auf Akazienholzbasis verarbeitet bzw. vertreibt UPM keinerlei Holz oder andere Holzprodukte aus Indonesien. Der Vertretervertrag mit einem indonesischen Sperrholzlieferanten wurde Ende vergangenen Jahres gekündigt.

Der wichtigste, bei UPM eingesetzte Rohstoff ist Holz, eine nachwachsende Ressource. Der Konzern sieht sich hinsichtlich Fortstwirtschaft und Holzernte zu den Grundsätzen nachhaltiger Entwicklung verpflichtet. UPM besteht auf der Einhaltung dieser Maßnahmen, nicht nur im Hinblick auf die eigene Holzbeschaffung, sondern auch bezüglich der Aktivitäten externer Zellstofflieferanten.

[zurück zum Inhalt](#)

## 7. Exacompta Clairefontaine litt unter Papierimporten

Der französische Hersteller von Papier-, Schreibwaren und Bürobedarf, Exacompta Clairefontaine mit Sitz in Clairefontaine, musste im vergangenen Jahr einen Umsatzrückgang von 552,8 auf 525,3 Mio. Euro hinnehmen. Das Betriebsergebnis verringerte sich von 52 auf 33,8 Mio. Euro, und das Nettoergebnis fiel mit 19,569 Mio. Euro um 5,8 Mio. Euro geringer aus als 2002. In seiner in Paris veröffentlichten Ergebnismitteilung erklärt das Unternehmen die Einbußen im Wesentlichen mit rückläufigen Papierpreisen im Zuge verstärkter Billigimporte. Der Nettogewinn entspreche den im Oktober angekündigten Erwartungen.

Das neue Jahr habe unter denselben Vorzeichen wie das letzte begonnen. Die klar nach oben zeigenden Zellstoffpreise dürften das Jahresergebnis 2004 nach unten drücken. - jb

[zurück zum Inhalt](#)



## die Landkarte der apr



### 8. Ekman kauft KC International

Die Altpapierdivision der schwedischen Fa. Ekman hat mit Wirkung vom 31. März 2004 einen Vertrag über die Akquisition der Fa. KC International (KCI) unterzeichnet. KC International ist eine amerikanische Altpapier-Maklerfirma in New Jersey mit Büros in Los Angeles und Schanghai. KCI besteht seit 28 Jahren und ist Vermarkter von Altpapier im nordamerikanischen Markt. Die Firma wurde in den 70er Jahren gegründet und wird geleitet von den Firmeneinhabern Frank Crowley, Phil Epstein, Randy Kim und B. J. Dowlen. Die gesamte Organisation besteht aus 18 Personen. Ekman & Co. ist eines der weltweit führenden Handelshäuser in der Forstprodukteindustrie mit einem Umsatz von rund 1 Mrd. US-\$. Die Firma besitzt drei Filialen in Schweden, USA und Hongkong. Ekman ist in 22 Länder mit eigenen Büros präsent.

[zurück zum Inhalt](#)

### 9. Södra Cell wechselt seinen Umschlagplatz in Deutschland

Nach fast 30-jähriger Zusammenarbeit mit dem Terminal in Bremen wechselt Södra Cell zum 1. Mai 2004 dem Umschlagplatz. Ab diesem Termin werden die regelmäßigen Zellstofflieferungen über Brake abgewickelt. "Die Zusammenarbeit mit dem Terminal in Bremen war immer gut", erklärt Jan Gyllén, Manager von Södra Cell Logistics. "Trotzdem müssen wir regelmäßig unsere Vereinbarungen überprüfen. Das ist Teil unseres ständigen Bemühens, produktiv und kosteneffizient zu arbeiten." Aus diesem Grund wurden einige Alternativen zum Bremer Terminal überprüft. Die Fa. J. Müller Brake in Brake konnte das günstigste Angebot machen und erhielt den Zuschlag.

Södra Cell geht davon aus, dass jährlich ca. 200 000 t Zellstoff nach Brake verschifft werden. Davon werden 60 000 t direkt auf Binnenschiffe verladen und die restlichen 140 000 t in ein Lagerhaus verbracht.

"Wir sind der Ansicht, dass dieser Wechsel auch unseren Kunden Vorteile verschafft", erläutert Hartmut Gärtner, Geschäftsführer von Södra Cell in Hamburg. Denn der Terminal in Brake, der sich unweit von Bremen befindet, ist besonders spezialisiert auf Holzprodukte mit einem Jahresvolumen von 5,5 Mio. t. Der Zellstoffanteil beträgt 1,2 Mio. t. Die meisten Zellstofflieferungen, die in Brake anlanden, stammen aus Übersee. Es gibt aber auch einige Ladungen von schwedischen und finnischen Lieferanten.

"Das bedeutet auch, dass viele unserer Kunden bereits Zellstoff aus Brake bekommen", erklärt Hartmut Gärtner. "Wenn unsere Warenlieferungen jetzt ebenfalls dort eintreffen, haben unsere Kunden die Möglichkeit, ihre Transporte aufeinander abzustimmen." Was den Schiffsspediteur, den Schiffsbelader und den Transporteur betrifft, wird Södra Cell mit den gleichen Partnern wie in Bremen zusammenarbeiten.

"Eventuell gibt es später auch hier Änderungen, aber zunächst werden wir mit den uns vertrauten Geschäftspartnern weiterarbeiten", führt Jan Gyllén aus.

[zurück zum Inhalt](#)



## 10. Klippan investiert in die Energieerzeugung

Die schwedische Klippan AB hat die Energieanlagen ihrer Papierfabrik Mölndal von Vattenfall erworben. Die Anlagen bestehen aus einer Gasturbine für die Stromerzeugung, einem Dampfgenerator für die Prozessdampferzeugung und dem Betrieb einer Dampfturbine. Diese Akquisition wird Klippan zufolge Mölndal unabhängig machen, was den Dampfbedarf betrifft, und 40% des Strombedarfs der Fabrik decken. Fernwärmekapazität wird ebenfalls vorhanden sein.

Klippan und der Energiekonzern Vattenfall haben außerdem eine Absichtserklärung unterschrieben, um ein Gemeinschaftsunternehmen zum Bau eines mit Biobrennstoffen betriebenen Kessels zu gründen, mit dem der Dampfbedarf der Papierfabrik Klippan und der Fernwärmebedarf der Gemeinde Klippan gedeckt werden sollen. Die Anlage wird mit einer Dampfturbine zur Deckung des Strombedarfs der Fabrik ausgestattet. Es wird damit gerechnet, dass die Emissionen der Fabrik aus der Verbrennung fossiler Brennstoffe um 40 000 t/Jahr gesenkt werden, während die jährlichen Emissionen der Gemeinde um 8000 t vermindert werden. Die Fabrik möchte Emissionsrechte im Wert von mindestens 7 Mio. skr pro Jahr verkaufen. Die Investition beläuft sich insgesamt auf rund 120 Mio. skr und soll die Erträge der Fabrik jährlich um 20 Mio. skr steigern.

[zurück zum Inhalt](#)

## 11. Kooperation von UNICEF und Stora Enso zur Bildungsförderung

Das Kinderhilfswerk UNICEF und der finnische Stora Enso-Konzern haben einen Kooperationsvertrag mit einer Laufzeit von fünf Jahren unterzeichnet. Gemeinsames Ziel ist es, Kindern in armen Ländern Zugang zu Bildung zu ermöglichen. Stora Enso ist damit das erste Unternehmen weltweit, das mit UNICEF für die Förderung der länderübergreifenden Grundbildung kooperiert. Der Forstindustriekonzern wird das Projekt in zweifacher Hinsicht unterstützen: Mit einer jährlichen Geldspende in Höhe von 250 000 US-\$ und einer Reihe benötigter Materialien in gleicher Höhe sowie durch freiwillige Aktivitäten der Mitarbeiter. Mit den jährlichen Geldspenden und den weiteren Beiträgen beabsichtigt Stora Enso, über einen Zeitraum von fünf Jahren einen Gesamtbetrag von 2,5 Mio. US-\$ für UNICEF-Bildungsprojekte weltweit zu sammeln.

"Indem das Unternehmen uns hilft, den am stärksten benachteiligten Kindern der Welt eine Grundbildung zu verschaffen, übernimmt Stora Enso unternehmerische Verantwortung", sagte Carol Bellamy, Executive Director von UNICEF, anlässlich der offiziellen Besiegelung der Partnerschaft bei dem Festakt in der "Stationers' Hall" in London. "Wir danken Stora Enso für die Zusammenarbeit zum Wohl von Millionen Kindern, die ohne die Möglichkeit einer elementaren Grundbildung aufwachsen."

Derzeit gibt es weltweit 121 Millionen Kinder im Grundschulalter, die keine Schule besuchen, 65 Millionen davon sind Mädchen. Untersuchungen belegen, dass Programme zur Mädchenbildung die erfolgreichsten Investitionen in Entwicklungsländern überhaupt sind: So ist die Kindersterblichkeit umso geringer, je länger eine Mutter zur Schule gegangen ist; Frauen, die zur Schule gegangen sind, heiraten später und bekommen auch weniger Kinder, weil sie bei der Familienplanung mitentscheiden; Und ihre Möglichkeiten steigen, später ein eigenes Einkommen zu erwirtschaften. Selbstbewusste Mädchen und Frauen können sich auch besser vor

sexueller Ausbeutung und AIDS schützen. Parallel zu den regulären Bildungsprogrammen hat UNICEF die Kampagne "25 by 2005" gestartet, um mit verstärkter Anstrengung dafür zu sorgen, dass bis 2005 in 25 Ländern genauso viele Mädchen wie Jungen die Schule besuchen.

Jukka Härmälä, CEO von Stora Enso, ist überzeugt, dass die weltweite Grundbildung ein Anliegen ist, das die 44 000 Mitarbeiter des Unternehmens begeistert unterstützen werden. "Stora Enso arbeitet in fünf Kontinenten. Jedes einzelne Land und jede Gesellschaft ist für uns von großer Wichtigkeit", sagte er bei der Überreichung des ersten Schecks über 250 000 US-\$ an Carol Bellamy. "Grundbildung ist ein Schlüssel für die persönliche Entwicklung. Bei unserer täglichen Arbeit haben wir festgestellt, dass der Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung auf Bildung basiert." Und er fügte hinzu: "Ich bin sicher, dass wir dabei auch auf die Unterstützung unserer Partner zählen können."

[zurück zum Inhalt](#)



## 12. CDH-Vertriebsbörse in Prag

Mit dem Beitritt der zehn Länder aus Mittel- und Osteuropa sowie aus dem Mittelmeerraum in die Europäische Union wird sich die deutsche Außenhandelsverflechtung mit diesen Beitrittsländern verstärken. Aus diesem Grund beabsichtigt die CDH, den diesjährigen Papierhandelsvertreter-Tag gemeinsam mit der Wirtschaftskammer der Tschechischen Republik durchzuführen. Geplant ist am 14. Oktober 2004 in Prag eine gemeinsame Informationsveranstaltung mit einer Kontaktbörse. Neben Vorträgen soll insbesondere die Möglichkeit geboten werden, Kontakte zwischen deutschen Handelsvertretungen und tschechischen Industriebetrieben aus den Bereichen Papier, Verpackung, Büroartikel und Druck zu knüpfen, um eine eventuelle Zusammenarbeit zu vereinbaren.

Bereits mehr als 30 Vertriebsfirmen aus Deutschland haben ihr Interesse gezeigt und ihr Firmenprofil eingereicht. Die Anmeldung für diese Veranstaltung, die auch für Handelsvertretungen und Vertriebsfirmen anderer Länder der EU offen steht, ist weiterhin möglich unter [paffhausen@cdh.de](mailto:paffhausen@cdh.de).

[zurück zum Inhalt](#)

## 13. Weniger Arbeitsunfälle bei Druck und Papier

Die Zahl der Arbeitsunfälle in Druckereien und Papier verarbeitenden Unternehmen ist weiter rückläufig. Sie sank im Jahr 2003 um 6% von rund 14 300 auf knapp 13 500. Damit ergibt sich für das vergangene Jahr eine Unfallhäufigkeit von 17,9 Unfällen je 1000 Beschäftigte. Diese Zahlen teilt die Berufsgenossenschaft Druck und Papierverarbeitung (BG) mit. Der durchschnittliche Beitrag der Mitgliedsunternehmen liegt wie im Vorjahr bei 0,79 Euro je 100 Euro Entgelt. Dieser Wert ist erheblich günstiger als die Vergleichswerte der Rentenversicherung (9,75) sowie der Kranken- und Pflegeversicherung (8,0) und liegt aber auch deutlich unter dem Durchschnittswert aller Berufsgenossenschaften von 1,33 Euro. "Wir sind der einzige Teil der Sozialversicherung, der mit konstant niedrigen Beiträgen aufwarten kann", freut sich Michael Boettcher, Hauptgeschäftsführer der BG Druck und Papierverarbeitung. Dass der Beitrag zur BG trotz kontinuierlich sinkender Unfallzahlen auf dieser Marke verharrt, hängt vor allem mit den Altlasten zusammen. Fast 50%, und damit der größte Einzelposten der BG-Ausgaben, sind Zahlungen für Verletzten- oder Berufskrankheitenrenten. Diese Renten beruhen auf Unfällen, die teilweise weit zurückliegen. So haben zum Beispiel rund 25% der heute gezahlten Verletztenrenten ein Unfalldatum vor 1970. Nur etwa 5% der Verletztenrenten geht auf Unfälle nach 2001 zurück.

## **Ausgaben stabil**

Neben den Rentenzahlungen in Höhe von rund 62 Mio. Euro schlug die medizinische Betreuung von Verletzten und Erkrankten mit knapp 21 Mio. Euro zu Buche. Für ihre Wiedereingliederung in Beruf und Familie wurden rund 1,7 Mio. Euro ausgegeben. Mit gut 7 Mio. Euro Verletztengeld wurde der Lebensunterhalt von Verletzten und Erkrankten abgesichert. In die Prävention wurden rund 12,1 Mio. Euro investiert. Damit fließen 85% der BG-Ausgaben an Versicherte und Mitgliedsbetriebe zurück. Die Gesamtausgaben lagen mit 130,6 Mio. Euro 0,1% niedriger als im Jahr zuvor.

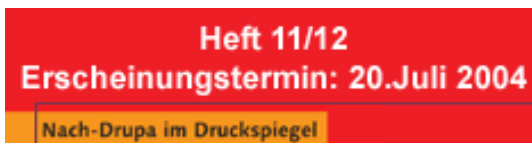
## **Prävention**

Ein wichtiger Schwerpunkt der Präventionsarbeit ist seit dem vergangenen Jahr die Aktion "Sicherer Auftritt", die sich gegen Sturzunfälle richtet. "Diese Unfälle sind alles andere als banal. Die Verletzungsfolgen reichen bis zum schweren Schädel-Hirn-Trauma", erläutert Albrecht H. Glöckle, Leiter des Bereichs Prävention bei der BG. Zudem entstehen der deutschen Wirtschaft durch Sturzunfälle jedes Jahr Kosten in Höhe von rund 8 Mrd. Euro, insbesondere für die Entgeltfortzahlung. Passend zur Aktion können Besucher der drupa einen virtuellen Stolperparcours auf dem Stand der BG in Halle 8.2, Stand B 23 durchlaufen.

## **Internetservice**

Rund 6200 Mitgliedsbetriebe haben einen neuen Service der BG genutzt und ihren Entgeltnachweis für 2003 über das Extranet eingereicht. Im Extranet autorisiert sich der Mitgliedsbetrieb durch eine Zugangskennung. Dann kann er die Daten eingeben, die er sonst in ein Papierformular eintragen musste. "Diese starke Nutzung hat uns selbst überrascht", gesteht Hauptgeschäftsführer Michael Boettcher. Aufgrund der guten Nutzung werde das Angebot zügig ausgebaut. "Bis zum Herbst", so Boettcher, "wollen wir die Möglichkeit eröffnen, Unfälle über das Extranet zu melden."

[zurück zum Inhalt](#)



## **14. Arjo Wiggins stellt datenspeicherfähiges Papier auf der drupa vor**

I-Paper ist eine Papierneuentwicklung der Fa. Arjo Wiggins Carbonless Paper, Wiesbaden, in Zusammenarbeit mit der Fa. PaperGate Systemintegration, Eberdingen. Das Produkt verbindet die Funktionen eines Mehrfachsatzes von Durchschreibepapier oder beschichtetem holzfreiem Papier mit einer magnetischen Datenspeicherfähigkeit. I-Paper kann mit herkömmlichen Druckprozessen bedruckt werden und ist gleichzeitig magnetisch beschichtet. Es ist in einer Vielzahl von Spezifikationen und ab einem Basisgewicht von ca. 100 g/qm aufwärts herstellbar. Technisch kann ein A4-Blatt nach Angaben der Hersteller bis zu 1 Mbyte Daten magnetisch speichern. Diese Speicherkapazität entspricht einem Mehrfachen der Speicherfähigkeit von Magnetstreifen auf Karten oder Tickets.

Die Daten sollen mit handelsüblichen Ticketdruckern und leicht modifizierten magnetischen Schreibköpfen auf I-Paper geschrieben werden. Diese können die Daten auch lesen. Die im I-Paper gespeicherten Dateninhalte können in beliebiger Weise verändert, gelöscht oder wieder beschrieben werden.

Die magnetische Schreib-/Lese- und Speicherfähigkeit des Produktes ermöglicht den Verwendern von Geschäftsdrucken, die Daten ihrer Formulare ohne Medienbruch oder erneuter manueller Dateneingabe zu übertragen. Die Haupteinsatzgebiete sollen insbesondere im Sicherheits-, Dokumentenidentifikations- oder Logistikbereich, dort insbesondere bei Lieferscheinen, liegen. I-Paper verknüpft gedruckte Information direkt mit digitaler Informationstechnologie. Mit dem neuen Produkt kann die Papierinformation gleich auf dem Papier digital gespeichert werden, so dass z. B. ein Lieferschein gleichzeitig Datenträger ist. Über die Preise des neuen Papiers wollte die Fa. PaperGate noch keine Angaben machen.

## 15. Papierverarbeitungswerk Schümann behauptet seine Marktstellung

Die Unternehmensführung der Herbert Schümann Papierverarbeitungswerk GmbH, Stadtallendorf, ist mit der aktuellen Geschäftsentwicklung zufrieden. Vor allem im Geschäftszweig Nassklebestreifen verzeichnete der traditionsreiche Hersteller von Verpackungsprodukten in 2003 leichtes Wachstum und konnte seine Marktführerschaft insgesamt ausbauen. Albert Zethner, technischer Leiter und Prokurist, sieht die für 2003 prognostizierte Geschäftsentwicklung bestätigt und sieht vor allem aufgrund "interessanter Impulse im Ost-Export" weiterhin ein gutes Wachstumspotenzial für das Unternehmen.

"Ein entscheidender Grund für unsere starke Position ist unter anderem die ständige Entwicklung innovativer Lösungen in den Bereichen Verpackungs- und Furnierklebetechnik" erläutert Zethner. Ende letzten Jahres begann Schümann beispielsweise mit der Markteinführung neuer Nassklebestreifen mit Soll-Reiß-Stelle, die das manuelle Öffnen der mit Nassklebestreifen verschlossenen Kartonagen erheblich beschleunigen. Für das laufende Jahr erwartet die Firmenleitung eine "deutlich entspanntere Geschäftsentwicklung als in 2003". Dabei stimmt vor allem der Blick auf die osteuropäischen Märkte optimistisch. Allerdings rechnet man im Bereich Furnierklebestreifen aufgrund der nach wie vor schwierigen Situation der Möbelbranche nur mit einer langsamen Belebung des Absatzes. Das Herbert Schümann Papierverarbeitungswerk präsentiert sich dieses Jahr auf der Fachpack in Nürnberg (29.9.-1.10.04).

## 16. Investitionsbereitschaft in der Druckindustrie bleibt verhalten

"Auch kurz vor der drupa 2004 können wir noch nicht von einem wirklich positivem Investitionsklima in der deutschen Druckindustrie berichten", sagte der Präsident des Bundesverbands Druck und Medien (bvdm), Rolf Schwarz, anlässlich einer Wirtschaftspressekonferenz in Düsseldorf.

Die anhaltend schwache Binnenkonjunktur, das nachlassende Geschäft der Verlage und die rückläufigen Werbeausgaben der Wirtschaft haben die Umsätze der Druckunternehmen auch 2003 wieder unter das Vorjahresniveau sinken lassen. Auch wenn der Rückgang mit einem Minus von 2,5% nur noch halb so hoch wie im Jahr zuvor ausfiel, gilt die Ertragslage der Unternehmen nach wie vor als unzureichend. Der Umsatzrückgang ist allein auf sinkende Umsätze im Inland zurückzuführen, die minus 5,4% betragen. Das Auslandsgeschäft der Druckindustrie war dagegen mit einem Plus von 22,2% deutlich aufwärts gerichtet. Trotz steigender Kapazitätsauslastung in der zweiten Jahreshälfte blieb der Auslastungsgrad im Jahresdurchschnitt 2003 mit 81,1% noch auf dem niedrigsten Stand seit 20 Jahren.

In Folge der anhaltenden Umsatzrückgänge hat sich auch der Personalabbau beschleunigt. Nachdem die Zahl der Beschäftigten 2002 bereits um 5,4% gesunken war, kam es 2003 zu einem weiteren Rückgang um 6,1%. Mitverantwortlich war hierfür auch die hohe Zahl an Insolvenzen, die im Jahr 2003 um 20% zugenommen haben und mit 366 Firmenzusammenbrüchen (das sind rund 2% der Unternehmen) auf Rekordniveau liegen.

Eine massive Wirkung hat der Rückgang der Erträge auf die Investitionstätigkeit der Branche gehabt. Im Jahr 2002 sanken die Bruttozugänge an Sachanlagen um fast 20% zum Vorjahr, nachdem sie bereits im Jahr 2001 um 10% unter das entsprechende Vorjahresniveau gefallen waren. Vertraut man der Umfrage des Ifo-Instituts, dann sind auch 2003 die Investitionen in der Druckindustrie um weitere 15 bis 20% gesunken.

Die Investitionsquote, gemeint ist damit der Anteil der Investitionen am Umsatz, sank

zwischen dem Jahr 2000 und 2002 von 7,4% auf 5,7% und erreichte den niedrigsten Wert seit 20 Jahren. Je Beschäftigten hatten die Betriebe im Boomjahr 2000 noch 9500 Euro investiert, 2002 mit 7240 Euro knapp ein Viertel weniger.

Auch für das laufende Jahr waren die Investitionspläne der Unternehmen noch sehr zurückhaltend. Die Aussagen im Rahmen des ifo Investitionstests fielen jedoch sehr unterschiedlich aus. Von den Teilnehmern wollen 44% im Jahr 2004 mehr als 2003 investieren, 7% planen gleich hohe und 49% niedrigere Anlagenzugänge, so dass wir auch im drupa Jahr 2004 noch nicht mit einer spürbaren Wende der Investitionsneigung rechnen können.

Schwarz: "Der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung im Jahr 2004 blicken wir mit vorsichtigem Optimismus entgegen. Wir erwarten, dass die Druckindustrie 2004 erstmals seit 2000 wieder mit einem leichten Wachstum von 1% bis 2% rechnen kann."

Die Hoffnungen auf Besserung basieren zum einen auf der erwarteten Überwindung der Werbeflaute und der prognostizierten moderaten gesamtwirtschaftlichen Belebung, die sich positiv auf die Bestelltätigkeit wichtiger Abnehmerbereiche der Verlage, der Industrie, des Handels und anderer Dienstleistungssektoren auswirken wird.

[zurück zum Inhalt](#)

## 17. Papierindustrie sieht leichte Erholung bei grafischen Papieren

Vor der drupa 2004 registriert der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) eine leichte Erholung bei den Herstellern grafischer Papiere. "Mit einem Anteil von 48% des Absatzes sind die grafischen Papiere das größte Papiersegment der Papierindustrie. Sie verzeichneten in den ersten beiden Monaten des Jahres einen Absatzzuwachs von 4,4% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum", sagte Michael Kessener, Geschäftsführer Markt des VDP, im Rahmen der Auftakt-Pressekonferenz zur drupa in Düsseldorf. Der Zuwachs ging jedoch ausschließlich ins Ausland. In Deutschland leiden die grafischen Papiere immer noch unter der Schwäche der Werbemärkte und dem Rückgang bei den Rubrikanzeigen.

In den ersten beiden Monaten des Jahres 2004 hat die Produktion von Papier, Karton und Pappe in Deutschland insgesamt um 6% auf 3,3 Mio. t zugelegt. Der Absatz der deutschen Papierfabriken stieg um 2% auf 3,2 Mio. t. Motor der Entwicklung war dabei der Auslandsabsatz. Der Inlandsabsatz nahm aufgrund der schwachen Binnenkonjunktur um 2% ab. Bedingt durch die anhaltend rückläufige Preisentwicklung sowohl im In- als auch im Ausland musste die Papierindustrie insgesamt in den ersten beiden Monaten einen Umsatzrückgang um 4,3% von 1,8 auf 1,7 Mrd. Euro hinnehmen.

Von der drupa als wichtigster Messe für die Branche erhofft sich auch die deutsche Papierindustrie positive Impulse. "Aufgrund der bevorstehenden Fußball-Europameisterschaft in Portugal sowie der Olympiade in Griechenland als den beiden wichtigsten Sportereignissen in 2004 wird ein erhöhtes Beilagenaufkommen registriert. Davon werden besonders die Hersteller grafischer Papiere profitieren", sagte Kessener.

[zurück zum Inhalt](#)

## I. PERSONALIA

**Carsten Breiter** wurde zum 1. April 2004 zum Geschäftsführer der Fa. Frantschach Pulp & Paper Deutschland GmbH bestellt. Breiter war vorher Verkaufsleiter bei der Hamburger AssiDomän Forstprodukte GmbH, einem Verkaufsbüro, und ist seit 1. April 2001 bei der Fa. Frantschach beschäftigt.

Zum 15. April hat **Stephan Schläfke** die Leitung des Vertriebszentrums West der Classen-Papier GmbH in Essen übernommen. Der 40-Jährige folgt dort **Dr. Christian-Hendrik Classen**, der das Vertriebszentrum seit Oktober 2003 kommissarisch leitete. Der staatlich geprüfte Drucktechniker startete nach mehreren Stationen im grafischen Gewerbe 1995 als Verkäufer im Außendienst bei Classen-Papier in Frankfurt. Nach zweijähriger Tätigkeit in einer Druckerei kehrte er 2000 als Mitarbeiter der Verkaufsförderung zu Classen zurück. Im April 2001 übernahm Schläfke die Leitung der Verkaufsförderung und konzentrierte sich hier auf die Organisation und Koordination der Martbearbeitung. Seit Anfang 2003 zeichnete er sich für das Produktmanagement Premium Paper verantwortlich.

[zurück zum Inhalt](#)

## II. **KURZ NOTIERT**

### *Österreich*

**Die J. Zimmer Maschinenbau GmbH, Klagenfurt, zeigt auf der diesjährigen drupa in Halle 3, Stand E 93 ihre neuesten Entwicklungen und Maschinen**, mit dem Weltpatent Magnet-System-Plus für Leimauftrag für Bonding, Lackiersysteme, Schablonendruck und Spezialanwendungen.

*"Zimmer goes paper again."*

Den Zimmer-drupa-Terminkalender finden Sie unter [www.zimmer-austria.com](http://www.zimmer-austria.com)

### *Deutschland*

**Die Saarbrücker Werbeagentur Maksimovic & Partners ist als 1000. Mitglied dem M-real Printers Club beigetreten.** Dr. Gregory Gettinger, Managing Director M-real Deutschland, gratulierte dem Agenturteam von Maksimovic & Partners in Saarbrücken zur Mitgliedschaft im Printers Club. Ziel des für die Mitglieder kostenfreien Programms ist es, die Wettbewerbsfähigkeit von Agenturen und Druckereien zu verbessern. Zu den Vorteilen für Printers Club-Mitglieder zählen unter anderem die Teilnahme an Weiterbildungs- und Schulungsprogrammen wie dem Paper & Print College.

### *Belgien*

Die Fa. **Sappi Fine Paper Europe**, Brüssel, **möchte ihre Preise** für Etikettenpapiere, flexible Verpackungspapiere und andere Verpackungspapiere Mitte Mai um 7% bis 8% **erhöhen**. Begründet wird die Preiserhöhung bei den holzfrei gestrichenen Feinpapieren mit Preiserhöhungen bei Zellstoff und anderen Rohmaterialien.

[zurück zum Inhalt](#)

## 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