

INHALT

1. Hersteller von Papier- und Pappwaren unter Kosten- und Preisdruck
2. Restrukturierungsmaßnahmen bei Scheufelen
3. Paul & Co expandiert in Asien
4. Felix Schoeller schreibt in 2005 gerade noch schwarze Zahlen
5. Groupe Gascogne strafft das Holzgeschäft
6. Norske Skog verkauft Forestia AS
7. Beck beteiligt sich mehrheitlich an Papierspediteur
8. Metso Paper verkauft einen Teil seiner Geschäfte im Wassermanagement
9. Södra sieht Zellstoff-Hedging als wichtiges Einkaufsinstrument
10. Holmen kann Erträge halten - Zeitungsdruck entwickelt sich gut
11. Myllykoski mit unverändertem Umsatz in 2005
12. Stora Enso unter den 100 nachhaltigsten Unternehmen weltweit
13. "Verpackungsmittel rückverfolgen" - GS1 Germany-Seminar zeigt Lösungen auf
14. Sappi muss Umstrückgang hinnehmen - kein Gewinn
15. Landbell vervierfacht Umsatz
16. Altana kauft Verpackungslackhersteller
17. UPM-Werk Nordland Papier unter neuer Leitung
18. Firma Polar wird 100 Jahre
19. "Praxis vor Ort" - Seminar von Pro Carton und FFI

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

Gute Stimmung auf der Paperworld

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

Probeheft

Abonnement

Vorschau
apr MAGAZIN,
Nr. 03/06

erscheint am
01.03.2006

Anzeigen-
schluss:
14.02.2006

aus dem Inhalt:

- Logistik + Software
- RFID Radio Frequency Identification

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft

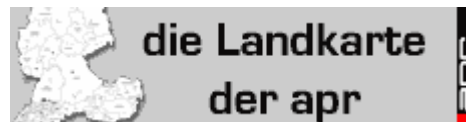
**Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
2/2006**

erscheint am
05.04.2006

Anzeigen-
schluss:
21.03.2006

aus dem Inhalt:
Alles rund um
die Wellpappe!

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft



1. Hersteller von Papier- und Pappwaren unter Kosten- und Preisdruck

Die Hersteller von Papier- und Pappwaren in Deutschland geraten zunehmend in eine gefährliche Zange zwischen drastischen Kostensteigerungen einerseits und Preisrückgängen andererseits, so der Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV). Während die Preise für gewerbliche Erzeugnisse insgesamt im vergangenen Jahr um knapp 5% gestiegen sind, haben die Verkaufspreise für Papier- und Pappwaren 2005 im zweiten Jahr in Folge um 0,7% nachgegeben.

Ursache des Preisrückgangs sei die hohe Wettbewerbsintensität auf den deutschen und internationalen Märkten für Papier- und Pappwaren, wozu vor allem Packmittel aus Papier, Karton und Pappe als größte Warengruppe der Branche zählen. Zwar konnte die Branche die Produktion in den ersten drei Quartalen des vergangenen Jahres um mehr als 3% steigern, der Umsatz hat hingegen bestenfalls stagniert.

Gleichzeitig haben die Kostensteigerungen der Unternehmen dramatisch zugenommen. Vor allem die höheren Energiekosten für Heizöl, Erdgas und Strom verteuern nicht nur den Einkauf der energieintensiven Rohmaterialien Papier, Karton und Pappe, sondern schlagen sich auch direkt in den Produktionskosten der Papierverarbeiter nieder. Die weiter auseinander gehende Kosten-Preis-Schere sorgt für eine äußerst angespannte Ertragslage der Unternehmen, die durch Optimierungs- und Rationalisierungsmaßnahmen kaum noch ausgeglichen werden kann.

Der HPV, Spitzenverband der Branche, erwartet vor diesem Hintergrund einen Anstieg der Verkaufspreise für Papier- und Pappwaren in diesem Jahr. Nach dem jüngsten Branchenkonjunkturtest des Münchner Ifo-Institutes rechnet jedenfalls mehr als ein Drittel der befragten Papier- und Pappverarbeiter mit steigenden Verkaufspreisen für ihre Produkte in den nächsten Monaten.

[zurück zum Inhalt](#)

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

Gute Stimmung auf der Paperworld

Die Aussteller auf der Messe Paperworld zeigten sich in Gesprächen mit der apr durchaus optimistisch über den weiteren Konjunkturverlauf für 2006. Die Besucherzahl auf der Messe bezeichneten etliche Aussteller in persönlichen Gesprächen als in den ersten Tagen weniger zufrieden stellend. Dem langjährigen Beobachter fällt auf, dass mittlerweile wichtige Marktteilnehmer der Papierwirtschaft fehlen. Hierzu gehören ohne Anspruch auf Vollständigkeit die Firmen M-real, Schneidersöhne, Igepa, PaperlinX und eine größere Anzahl von Verpackungs- und Packstoffherstellern. In diesem Jahr verzeichnete die Messe mit 2596 Ausstellern insgesamt 112 weniger als im Vorjahr, wobei ein beträchtlicher Teil der fehlenden Aussteller der Paperworld zuzurechnen sein dürften. Von deutscher Seite waren es 26 Hersteller weniger, aber auch die Teilnehmerzahl aus vielen anderen euroäischen Ländern lag niedriger. Während die USA mit 70 Ausstellern vertreten war, kamen 337 (plus 55!) aus China, das damit zweitstärkstes Ausstellerland war. Den Ausstellerrückgang fanden viele meiner Gesprächspartner weniger beunruhigend als der der Besucher. Die Messe nennt für die Paperworld 66.000 Besucher und gibt im Vorjahr eine Zahl von 65.000 an. Einige meiner Gesprächspartner meinten, die Zahl der Besucher sei nach ihrem Eindruck eher rückläufig. Für viele entwickelt sich die Paperworld von einer Ordermesse hin zu einer Innovationsmesse. Ganz kritische Zeitgenossen sagen, die Messe habe ihre frühere Bedeutung fast vollständig verloren und sei zu teuer. G. B.

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

[zurück zum Inhalt](#)

2. Restrukturierungsmaßnahmen bei Scheufelen

Der hohe Kostendruck in der Papierherstellung, in erster Linie verursacht durch stark gestiegene Energiepreise, zwingt die Geschäftsführung der Firma Scheufelen, Oberlenningen, zu Einsparmaßnahmen, um den Standort des Lenninger Mittelständlers zu sichern und die Wettbewerbsfähigkeit auszubauen. Im ersten Schritt wird die kleinste der insgesamt drei Papiermaschinen zum 30. März dieses Jahres stillgelegt. Neben den Energiekosten je Tonne Papier, die bei dieser Maschine um 50% höher sind als bei den zwei großen Papiermaschinen, ist auch der größere Ausschussanteil ein Kriterium. Betroffen von dieser Maßnahme sind 40 Beschäftigte aus diesem Bereich.

Bis zum Juni 2006 wird das eigene Warenlager in den USA in ein Outsourcing-Konzept umgewandelt. Der Schwerpunkt der Belieferung des nordamerikanischen Marktes soll zukünftig direkt aus Lenningen erfolgen. Um Fixkosten im Ersatzteillager zu reduzieren, wird auch hier die Möglichkeit des Outsourcing geprüft. Dabei werde zusammen mit ABB eine Studie erstellt, in der Teile der Materialwirtschaft und Instandhaltung mit einbezogen werden. Spätestens im Juni 2006 soll für diese Bereiche eine abschließende Entscheidung getroffen werden.

[zurück zum Inhalt](#)

3. Paul & Co expandiert in Asien

Die Firma Paul & Co, Wildflecken, Hersteller von Papierhülsen und Verpackungen mit System, bedient ihre Kunden des malaysischen Marktes seit dem 1. Januar 2006 über ihr malaysisches Unternehmen noch umfassender. Mit einem neuen Schneidcenter, das unter Paul & Co Malaysia, Shah Alam, firmiert, ist das Unternehmen künftig in der Lage, die komplette Logistik in punkto Hülsen für die Kunden in diesem Teil Südostasiens zu übernehmen. Paul & Co Malaysia ist eine hundertprozentige Tochter von Pt. Paul Buana Indonesia, dem indonesischen Tochterunternehmen von Paul & Co.

"Paul & Co Malaysia bietet unseren Kunden in der Region einen echten Mehrwert", sagt Marco Schumm, CEO von Paul & Co Asia. Zum einen entfällt für die Kunden die Lagerhaltung: Lange Hülsen müssen nicht mehr auf Vorrat gekauft und je nach Bedarf selbst zugeschnitten werden. Zum anderen profitieren sie davon, dass Paul & Co noch schneller auf Wünsche reagieren kann. "Wir liefern Hülsen in Fixlänge und flexibler Menge, ganz auf das Produktionsprogramm der Kunden abgestimmt und in entsprechender Schnittgüte", so Schumm weiter. Eine spezielle Schneidetechnik gewährleistet staubfreie Schnittkanten der gelieferten Hülsen.

Paul & Co ist nach eigenen Angaben in Südostasien Marktführer im Bereich oberflächenveredelter Hülsen. Der Standort Shah Alam ist ein Industriezentrum vor den Toren der Hauptstadt Kuala Lumpur. Neben der Unternehmensgründung in Malaysia hat Paul & Co Asia bereits im Juli 2004 ein Schneidcenter in Thailand errichtet. Im Dezember 2005 eröffnete Paul & Co gemeinsam mit TechSearch eine Verkaufsvertretung in Indien. Das Unternehmen expandiert auch in Europa: Bereits 2004 hat Paul & Co ein neues Werk bei Barcelona, Spanien, in Betrieb genommen.

[zurück zum Inhalt](#)

4. Felix Schoeller schreibt in 2005 gerade noch schwarze Zahlen

Für den Osnabrücker Spezialpapierhersteller Felix Schoeller war das Jahr 2005 ein schwieriges. Bei einem Absatzzrückgang um 3% auf 363.000 Tonnen fiel der Umsatz um 9% auf 648 Mio. Euro. Das Ergebnis ist nach den Worten des Vorstandsvorsitzenden Hans-Michael Gallenkamp noch eine schwarze Zahl. Zum Ende des Jahres beschäftigte Felix Schoeller 2390 Mitarbeiter (minus 128). Dieser Rückgang ergibt sich vor allem aus der Schließung der Produktion im US-amerikanischen Werk Pulaski. In den deutschen Werken blieb die Zahl der Mitarbeiter mit 2190 (plus 24) fast gleich.

Gegenüber der Neuen Osnabrücker Zeitung weist Hans-Michael Gallenkamp darauf hin, dass es gelungen sei, von Kodak die gesamte Rohpapierproduktion und Polyethylenbeschichtung zu übernehmen. Dies sei notwendig gewesen, da die gesamte Fotopapierfabrik zur Debatte gestanden hat. Wäre sie geschlossen worden, hätte dies den Abbau von zwei Drittel der Stellen in Osnabrück bedeutet. Hauptgrund für die Unterauslastung sei der Konkurs der Agfa Photo GmbH, Köln, gewesen, so Gallenkamp. Alleine auf diesen Kunden seien 2004 und 2005 rund 20% des Absatzes entfallen. Nachdem sich Konica Minolta aus dem Fotogeschäft zurückziehen wird, bleiben Schoeller ab 2007 nur noch die Firmen Kodak und Fuji als Fotopapierkunden. Vom US-Konzern Kodak übernahm Schoeller die gesamte Fotopapierproduktion und -veredelung, da diese in Deutschland kostengünstiger als in den US-amerikanischen Kodak-Werken möglich ist.

Hans-Michael Gallenkamp (61) wird, wie schon länger geplant, im Jahr 2007 den Vorsitz im Beirat übernehmen und die operative Führung seinem Nachfolger Bernhard Klofat (48) übertragen. Schoeller will sich in Zukunft stärker auf Inkjetpapiere und Thermotransfer konzentrieren und seine Sparte Dekorpapier ausbauen.

[zurück zum Inhalt](#)

<ul style="list-style-type: none">- Ihr starker Werbepartner- einzige Druckfachzeitschrift mit neutraler Leserstrukturanalyse!	Druckspiegel
---	---------------------

5. Groupe Gascogne strafft das Holzgeschäft

Die Groupe Gascogne, St.-Paul-lès-Dax bei Bordeaux, hat ihre Holzaktivitäten zu einer neuen Gesellschaft mit Namen Gascogne Wood zusammengefasst. Der Holzbereich war bisher auf die vier Töchter Escobois, Espiet, GPL und Lecopin verteilt und erbrachte zuletzt mit 450 Mitarbeitern einen Umsatz von 94 Mio. Euro. Wie Gascogne ferner bekannt gab, hat die Gruppe eine Vereinbarung zur Übernahme von Frankreichs größtem Parkett- und Dekoholzhersteller Groupe Imberty getroffen. Sie beschäftigt 120 Personen. Mit dem Zukauf kann Gascogne sein bislang ausschließlich auf maritimes Pinienholz beschränktes Materialangebot auf Tannen- und Kastanienholz ausweiten. Zugleich eröffnet sich die Aussicht auf industrielle Synergien bei der Holzverarbeitung, die es den einzelnen Standorten ermöglichen, sich in so genannten Kompetenzpools zu organisieren. - jb

[zurück zum Inhalt](#)

6. Norske Skog verkauft Forestia AS

Der norwegische Norske Skog-Konzern hat der Byggma ASA seine Tochtergesellschaft Forestia AS verkauft. Durch den Verkauf reduzieren sich die Schulden von Norske Skog um rund 23 Mio. Euro. Im Vergleich zum Buchwert des Unternehmens ergibt sich ein geringfügiger Verlust. Die Transaktion hängt von einem so genannten Due Diligence-Verfahren ab und auch von der Zustimmung des Verwaltungsrates beider Unternehmen und soll bis spätestens Februar 2006 abgeschlossen sein.

Die Firma Forestia ist ein in Skandinavien führender Hersteller von Spanplatten für den Bau- und Möbelsektor und produziert auch Balken bzw. Träger für Bauzwecke. Das Unternehmen beschäftigt in drei Werken in Norwegen 270 Mitarbeiter, die Umsätze liegen bei ca. 80 Mio. Euro. Die Firma Byggma ASA ist eine Aktiengesellschaft mit rund 500 Mitarbeitern. Sie ist im Bereich Baumaterialien tätig. Die Umsätze werden nach der Akquisition von Forestia bei ca. 202 Mio. Euro liegen.

[zurück zum Inhalt](#)

7. Beck beteiligt sich mehrheitlich an Papierspediteur

Die Beck Spedition + Logistik GmbH, Filderstadt, und die Fellbacher Spedition Max Schmidt haben ihre Aktivitäten im Bereich Papierlogistik weiter gebündelt und zum 1. Januar 2006 die Max Schmidt Papierlogistik GmbH mit Sitz in Filderstadt gegründet. Beck hat dabei eine Mehrheitsbeteiligung übernommen. Der gemeinsame Marktauftritt ist auf eine stärkere Kundenorientierung, eine Erhöhung der Leistungsfähigkeit und weiteres Wachstum ausgerichtet.

"Nach über einem Jahr erfolgreicher strategischer Zusammenarbeit war die Gründung eines gemeinsamen Unternehmens logische Konsequenz, um weitere Synergien zu schaffen", so Harald Kienzler, geschäftsführender Gesellschafter der Beck Spedition + Logistik GmbH. Die Max Schmidt Papierlogistik GmbH ist ein im Markt eingeführter Dienstleister mit Schwerpunkt Lagerung, Handling und Distribution von Rollen- und Formatpapieren für die Druck- und Verlagsindustrie. Das Unternehmen verfügt über drei Lagerstandorte mit eigenem Gleisanschluss.

Für die zur Beck-Gruppe gehörende Beck Spedition + Logistik GmbH bedeutet die Mehrheitsbeteiligung am Logistikunternehmeneine sinnvolle Erweiterung des Portfolios. Das mittelständische Speditions- und Logistikunternehmen ist bereits seit 1977 schwerpunktmäßig für das Druck- und Verlagswesen tätig. Zu den Kunden zählen Papierhersteller wie Arjo Wiggins und Scheufelen, Druckereien und Verlage. Über die Stückgut-Kooperation S.T.a.R. (System Transport auf Rädern), zu deren Gründungsgesellschaftern Beck gehört, hat das Unternehmen Zugang zu einem nationalen und europäischen Netzwerk.

Ziel des gemeinsam gegründeten Unternehmens, dessen Gesellschafter Beck Spedition + Logistik und Thomas Arweiler sind, ist durch die Schaffung weiterer Synergien Leistungsfähigkeit und Dienstleistungspalette kontinuierlich auszubauen und weiter zu verbessern. Dazu gehört die gemeinsame Nutzung der vorhandenen Fahrzeugflotten, darunter 25 LKWs mit spezieller Papier- und Joloda-Ausstattung.

[zurück zum Inhalt](#)



8. Metso Paper verkauft einen Teil seiner Geschäfte im Wassermanagement

Metso Paper hat den Verkauf bestimmter Aktiva seiner Geschäfte mit Wassermanagement an die kanadische Groupe Laperrière & Verreault Inc. (GL&V), Montreal bekannt gegeben. Über die dabei erzieltend Erlöse machte Metso keine Angaben. Der Verkauf umfasst vor allem Aktiva in Verbindung mit bestimmten Produkten im Bereich Abwasserbehandlung, einschließlich Mikroflotation und den so genannten FlooBed-Bioreaktor.

9. Södra sieht Zellstoff-Hedging als wichtiges Einkaufsinstrument

Linda Nilsson ist seit dem 1. Januar 2006 als neue Managerin für Pulp Hedging bei der schwedischen Firma Södra Cell tätig. Die studierte Wirtschaftswissenschaftlerin arbeitete seit Mai 2002 als Cash Managerin in der Finanzabteilung der Södra-Gruppe und ist seit November 2005 als neue Marketing-Controllerin beschäftigt. Pulp Hedging sei ein wichtiges Instrument des Pulp Services-Konzepts, das von Södra-Kunden gerne genutzt werde. So wurden allein 20% des Gesamtvolumens 2005 auf Basis von Pulp Hedging-Preisen geliefert, wobei PIX Benchmark Pricing die beliebteste Variante war.

"Das ist eine sehr befriedigende Entwicklung für uns, weil es uns hilft, statt zeitraubender Preisdiskussionen uns auf andere wichtige Aspekte in der Kommunikation mit unseren Kunden zu konzentrieren", erklärt Ulf Edman, Geschäftsführer Södra Cell International. "Indem unsere Kunden PIX Benchmark Pricing nutzen, wissen sie, dass sie immer den korrekten Preis basierend auf der jeweiligen Marktsituation bekommen."

Ein weiterer wichtiger Anteil des Pulp Hedging-Volumens 2005 wurde auf der Basis von Södras so genanntem Long Term Fixed Price (LTFP) erzielt. Mit dieser Methode können Kunden ihren Zellstoffpreis für bis zu 24 Monate konstant halten. "Das ist eine gute Möglichkeit für diejenigen, die nicht über ein bestimmtes Preisniveau hinausgehen wollen", kommentiert Linda Nilsson.



Linda Nilsson, seit 1. Januar 2006 neue Managerin für Pulp Hedging.

Das dritte Produkt innerhalb des Pulp Hedging-Konzepts, Quarterly Pricing, wurde am Beginn des Jahres in LTFP integriert. "Bei der Nutzung von LTCP können unsere Kunden ganz einfach die Länge des Hedging-Zeitraums bestimmen, solange dieser nicht 24 Monate überschreitet", erklärt Nilsson.

Ulf Edman erklärt zur Verpflichtung von Linda Nilsson: "In Anbetracht ihrer Erfahrungen in der Finanzabteilung war es für uns naheliegend, sie auch parallel für Pulp Hedging einzusetzen. Ihr Vorgänger, Henrik Wettergren, kann sich nun auf seine Aufgaben als Produktmanager Spezialpapiere konzentrieren."

Auch ein neues Produkt soll im Laufe des Jahres die Pulp Hedging-Palette ergänzen. Dieses soll entweder im Rahmen der geplanten Kundenkonferenz im Oktober oder früher vorgestellt werden.

10. Holmen kann Erträge halten - Zeitungsdruck entwickelt sich gut

Der schwedische Holmen-Konzern konnte seinen Nachsteuergewinn mit 137 Mio. Euro im Jahr 2005 fast unverändert (minus 2 Mio. Euro) halten. Dabei stiegen die Umsätze um 67,24 Mio. Euro auf 1,781 Mrd. Euro. Die drei größten Geschäftsbereiche Holmen Paper, Iggesund Paperboard und Holmen Skog entwickelten sich recht unterschiedlich. Bei Holmen Paper, der Zeitungsdruckpapier-Division von Holmen, stiegen die Umsätze auf 922 Mio. Euro (plus 68 Mio. Euro) bei einem deutlich verbesserten operativen Gewinn (vgl. Tabelle). Die ausgelieferte Menge stieg um 33.000 Tonnen auf 1,764 Mio. Tonnen. Insgesamt habe sich der europäische Markt für Zeitungsdruckpapier im vierten Quartal bei hoher Kapazitätsauslastung gut entwickelt, so das Unternehmen. Im Jahresverlauf seien die Preise um 5% gestiegen. Weitere Preisanhebungen seien im Jahr 2006 zu erwarten. Die in Madrid jüngst von dem Unternehmen in Betrieb genommene neue Papiermaschine belastet die Jahresbilanz mit 7 Mio. Euro Inbetriebnahmekosten. Diese wurden vor allem im vierten Quartal verbucht, so dass sich vom dritten auf das vierte Quartal ein deutlicher Rückgang des operativen Gewinns ergibt.

Bei Iggesund Paperboard blieben die Umsätze mit 531 Mio. Euro (minus 1,85 Mio. Euro) fast unverändert. Dabei fiel der operative Gewinn deutlich um fast 22 Mio. Euro auf 68 Mio. Euro. Im ersten Halbjahr musste Iggesund Paperboard einen Rückgang der Lieferungen um 2% hinnehmen. Insgesamt seien die Preise stabil gewesen. Offensichtlich gelang es nicht, höhere Preise am Markt unterzubringen. Im Dezember 2005 beschloss das Unternehmen, seine Kartonmaschine 2 im Iggesund-Werk Bruk für 45,3 Mio. Euro zu modernisieren. Dadurch soll die Produktqualität verbessert werden.

Der Forstbereich von Holmen, die Division Holmen Skog, erhöhte seine Umsätze leicht auf 421,17 Mio. Euro (plus 8,51 Mio. Euro). Dabei fiel der operative Gewinn um 5 Mio. Euro auf 59 Mio. Euro. Ursächlich hierfür ist vor allem der Jahrhundertsturm Anfang Januar 2005 in Schweden. Dieser brachte geringere Holzpreise, aber auch die Notwendigkeit, sehr viel mehr Holz aus dem Wald zu holen. Gleichzeitig

verkaufte Holmen einen Teil seines Forstlandes, wodurch im vierten Quartal höhere Einmaleinnahmen entstanden. Einen Ausblick auf die Entwicklung des laufenden Jahres gab das Unternehmen nicht.

Holmen - Nettoumsätze und operative Gewinne der einzelnen Bereiche (Mio. Euro)						
Nettoumsatz	Jahr 2005	Q4/05	Q3/05	Jahr 2004	Q4/04	Q3/04
Holmen Paper	921,61	243,99	239,84	853,05	226,63	218,88
Iggesund Paperboard	530,56	133,84	135,15	532,42	127,07	134,06
Iggesund Timber	50,21	13,42	10,69	53,71	12,77	11,89
Holmen Skog	421,17	106,22	89,51	412,66	110,69	87,22
Holmen Kraft	161,57	44,97	39,08	137,33	37,55	31,76
Gesamt	2085,15	542,46	514,30	1989,19	514,73	483,84
minus konzerninterner Umsatz	- 303,60	- 80,13	- 68,66	- 280,34	- 73,47	- 66,37
Nettoumsatz gesamt	1781,55	462,33	445,63	1708,84	441,26	417,46
Operativer Gewinn						
Holmen Paper	69,54	14,95	28,27	53,16	7,53	19,43
Iggesund Paperboard	68,34	18,44	19,75	88,31	12,00	27,18
Iggesund Timber	1,41	1,31	- 0,21	0,54	- 0,54	0,10
Holmen Skog	58,62	18,01	12,55	63,97	14,95	13,86
Holmen Kraft	32,86	13,20	7,64	19,43	6,44	4,47
Konzernkosten und sonstiges	- 15,39	- 3,71	- 3,60	- 12,33	- 1,96	- 3,05
Operativer Gewinn gesamt	215,39	62,22	64,41	213,10	38,42	62,00
Lieferungen						
Zeitungsdruck- u. Magazinpapier (1000 t)	1764	465	452	1731	465	439
Karton (1000 t)	492	123	123	501	122	127
Sägeholz (1000 Kubikmeter)	229	61	49	195	52	44

[zurück zum Inhalt](#)

11. Myllykoski mit unverändertem Umsatz in 2005

Die Umsätze der finnischen Myllykoski-Gruppe lagen im Jahr 2005 fast unverändert bei 1,454 Mrd. Euro (+ 2 Mio. Euro). Der operative Gewinn stieg leicht um 7 Mio. Euro auf 52 Mio. Euro. Insgesamt gelang es dem Unternehmen nach eigenen Angaben, die Durchschnittspreise leicht zu erhöhen, wobei die produzierte Menge um 61.000 Tonnen auf 2,368 Mio. Tonnen fiel. Ursächlich hierfür war der Arbeitskampf im Sommer in Finnland, insbesondere eine ca. sechswöchige Aussperrung der Arbeitgeber. Nach Steuern verdiente Myllykoski 17 Mio. Euro (i. Vj.: 28 Mio. Euro). Die Nachfrage nach Produkten aus der Papierindustrie sieht Myllykoski nach wie vor als gut an. Ausgefallene Lieferungen finnischer Werke konnte das Unternehmen mit einer höheren Kapazitätsausnutzung seiner ausländischen Töchter ausgleichen. Über die Umsatz- und Gewinnentwicklung einzelner Werke machen die Finnen keine Angaben.

Im Rahmen seiner jährlichen Hauptversammlung wählte der Verwaltungsrat Dr. Hans Jochen Waitz zu seinem neuen Mitglied. Er arbeitete viele Jahre als Rechtsberater in den deutschen Myllykoski-Werken. Neuer Vorstandsvorsitzender und Präsident von Myllykoski wurde Sverre Norrgård, der Nachfolger von Carl G. Björnberg ist. Dieser übernahm den Vorsitz im Verwaltungsrat des Unternehmens.

Wie bereits gemeldet, entschied der Konzern bereits vor längerer Zeit, in Tschechien zusammen mit seinem Partner Labe Papir eine neue SC-Papiermaschine zu bauen. Deren geplante jährliche Kapazität liegt bei 380.000 Tonnen. Produziert werden sollen verschiedene ungestrichene, holzhaltige Publikationspapiere, vor allem für den osteuropäischen Markt. Die Investitionskosten liegen bei 450 Mio. Euro. Die neue Maschine soll in der ersten Jahreshälfte 2007 mit ihrer Produktion starten.

Im abgelaufenen Jahr investierte Myllykoski 122 Mio. Euro. Diese flossen unter anderem in neue Projekte bei Lang Papier, MD Plattling, Madison Paper und Myllykoski Paper. Der Personalbestand blieb mit 3642 (minus 29) fast unverändert zum Vorjahr. Im Werk MD Dachau wurde mit dem Betriebsrat eine Übereinkunft erreicht, die eine Reduzierung des Personals vorsieht.

Bezüglich der erhaltenen Emissionsrechte für CO₂ weist Myllykoski darauf hin, dass diese den Bedarf aller Myllykoski-Werke mehr als abdecken. Einige der Rechte, die in Finnland erhalten wurden, konnten außerhalb der Gruppe verkauft werden.

Aussichten 2006

Die Aussichten für den Papierverbrauch in den USA und in Westeuropa sieht Myllykoski als positiv.

Höhere Kapazitätsausnutzungsraten und ein enger werdender Markt für Zeitungsdruck seien deshalb zu erwarten. Bei Zeitungsdruck- und Magazinpapier rechnet das Unternehmen mit Preiserhöhungen. Die größte Sorge des Unternehmens besteht darin, dass die Energiekosten höher werden als die Personalkosten.

[zurück zum Inhalt](#)

...hier bestellen!



12. Stora Enso unter den 100 nachhaltigsten Unternehmen weltweit

Stora Enso wurde in die "Global 100" aufgenommen, eine Liste der 100 nachhaltigsten Unternehmen weltweit. Beim Management von Risiken und Möglichkeiten im ökologischen, sozialen und führungstechnischen Bereich rangiert Stora Enso unter den Besten der Papier- und Forstindustrie. Die Liste wurde im Rahmen des Weltwirtschaftsgipfels im schweizerischen Davos veröffentlicht.

"Es ist sehr schön festzustellen, dass auch neutrale Beobachter unsere Arbeit zu schätzen wissen. Wir haben uns in Sachen Unternehmensverantwortung sehr engagiert, und diese Themen werden noch wichtiger werden, wenn wir in die neuen Wachstumsmärkte in China, Russland und Südamerika einsteigen", so Jukka Härmälä, CEO.

Ins Leben gerufen wurde die Rangliste "Global 100 Most Sustainable Corporations in the World" im Jahre 2005 von dem unabhängigen kanadischen Medienunternehmen Corporate Knights Inc. und dem internationalen Finanzdienstleister Innovest Strategic Value Advisors Inc. Die 100 nachhaltigsten Unternehmen werden aus 1800 Börsenunternehmen im MSCI World Index ausgewählt. Die "Global 100" werden jedes Jahr auf dem Weltwirtschaftsgipfel in Davos bekannt gegeben.

[zurück zum Inhalt](#)

13. "Verpackungsmittel rückverfolgen" - GS1 Germany-Seminar zeigt Lösungen auf

Ab Ende Oktober müssen gemäß EU-Verordnung Nr. 1935/2004 alle Lebensmittelkontaktmaterialien rückverfolgbar sein. Für Unternehmen, die sich dieser Thematik bis jetzt noch nicht gewidmet haben, läuft der Count-down, denn sie müssen die Rückverfolgbarkeit der betroffenen Materialien, in erster Linie Verpackungsmaterialien, ab diesem Zeitpunkt garantieren können. Mit dem Seminar "Verpackungsmittel rückverfolgen: gesetzliche Anforderungen - praxisorientierte Lösungen" greift die Fa. GS1 Germany, Köln, (vormals CCG, Centrale für Coorganisation GmbH) am 2. März 2006 den daraus resultierenden Informationsbedarf bezüglich rechtlicher Anforderungen und praktischer Realisierung auf. Im Mittelpunkt stehen insbesondere der Identifikationsstandard EAN 128 sowie Anwendungsbeispiele aus der Praxis. Die Potenziale des elektronischen Datenaustauschs auf Basis von EANCOM werden ebenso aufgezeigt wie die Vorteile der Radiofrequenztechnik. Weitere Informationen erhalten Sie über Sabine Kläser (klaeser@gs1-germany.de) oder www.gs1-germany.de.

[zurück zum Inhalt](#)

14. Sappi muss Umsatzrückgang hinnehmen - kein Gewinn

Der südafrikanische Sappi-Konzern musste im ersten Quartal seines laufenden Geschäftsjahres 2005/2006 (31.12.) einen 6,5%-igen Umsatzrückgang auf 1,175 Mrd. US-\$ hinnehmen. Dabei stieg der operative Gewinn auf 49 Mio. US-\$ (i. Vj.: 12 Mio. US-\$), der Gewinn nach Steuern liegt bei Null (i. Vj.: Verlust von 18 Mio. US-\$). Sappi verweist darauf, dass die gestiegenen Energie- und Rohmaterialkosten nicht über höhere Feinpapierpreise weitergegeben werden konnten. Die Preise blieben trotz guter Nachfrage unverändert. Der Umsatzrückgang erbege sich vor allem aus Währungsbewegungen. Im größten Geschäftsbereich Sappi Fine Paper Europe fielen die Umsätze um 9,4% auf 520 Mio. US-\$ bei einem operativen Gewinn von 14 Mio. US-\$ (i. Vj.: 31 Mio. US-\$). Der Umsatzrückgang ergibt sich im Wesentlichen durch den schwächeren Euro im Vergleich zum US-Dollar.

In Nordamerika fielen die Umsätze um 3,4% auf 345 Mio. US-\$ bei einem operativen Gewinn von 1 Mio. US-\$ (i. Vj.: Verlust von 13 Mio. US-\$). Insgesamt ist die inländische Nachfrage in den USA leicht gefallen, die verkaufte Menge sank ebenfalls um 1,7%.

Aussichten

Eine kurzfristige Prognose für das Sappi-Geschäft ist nach Ansicht des Vorstandes schwierig. Sie hängt davon ab, ob es in den kommenden Quartalen gelingt, die jetzt angegangenen Preiserhöhungen durchzuführen. Notwendig sei es, die höheren Input-, insbesondere Energiekosten, über die Preise abzufangen. Langfristig wird sich das Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage bei Feinpapier verbessern. So seien in Nordamerika 10% der Kapazität an gestrichenen Feinpapieren entweder schon aus dem Markt oder würden aus dem Markt genommen. Der Vorstand glaubt, dass weitere Abstellmaßnahmen bei den Kapazitäten, insbesondere in Europa, notwendig seien. Außerdem erhofft sich das Unternehmen gute Impulse durch eine bessere Nachfrage in Deutschland und Japan vor dem

Hintergrund eines wieder anziehenden Werbemarktes. Außerdem seien höhere Zellstoffpreise wahrscheinlich, was für das Sappi-Geschäft gut sei.

[zurück zum Inhalt](#)



15. Landbell vervierfacht Umsatz

Der Abstand der Mainzer Landbell AG auf den aktuellen Marktführer und Ex-Monopolisten Duales System Deutschland GmbH (DSD) verringert sich rasant. Im Geschäftsjahr 2005 kommt der Mainzer Entsorgungsspezialist für Verkaufsverpackungen mit dem Grünen Punkt auf einen Umsatz von 54 Mio. Euro. Das ist gegenüber dem Vorjahr (14 Mio. Euro) nahezu eine Vervierfachung. Den Löwenanteil daran erzielte das eigene Duale System mit 52 Mio. Euro. Rund 1 Mio. Euro entfallen auf die Entsorgung von E-Schrott. Auch beim Marktanteil konnte Landbell kräftig hinzugewinnen und liegt mit 3,8% deutlich vor Interseroh (ca. 0,6%). Das DSD kommt noch auf knapp 95% - Tendenz weiter fallend.

"Wir liegen im Plan und sind mit unserem Geschäftsergebnis zufrieden. In diesem Jahr werden wir in allen Bundesländern als Duales System zugelassen sein und streben nochmals eine Umsatzverdopplung auf 100 Mio. Euro an. Unseren Marktanteil sehen wir bis 2007 bei mindestens 10%", so Wolfgang Schertz, Vorsitzender des Vorstandes der Landbell AG. Auf den Lorbeeren ausruhen will sich Landbell indes nicht. Die vor kurzem vorgenommene Erweiterung des Vorstandes und die Verstärkung der Vertriebsmannschaft deuten auf einen klaren langfristigen Wachstumskurs hin. Schertz: "Beim Geschäft mit Großkunden werden wir allein durch den Flächenzuwachs zulegen. Darüber hinaus verstärken wir unsere Aktivitäten im Neugeschäft mit dem Mittelstand, in neuen Geschäftsfeldern sowie im europäischen Ausland."

[zurück zum Inhalt](#)

16. Altana kauft Verpackungslackhersteller

Die Altana Chemie AG, Wesel, hat Ende Januar eine Vereinbarung zur Übernahme der US-amerikanischen Firma Rad-Cure, Fairfield/New Jersey, unterzeichnet. Diese ist Spezialist für UV- und Überdrucklacke sowie Klebstoffe für Papier- und Kartonverpackungen. Die Übernahme soll im ersten Quartal 2006 abgeschlossen werden. Rad-Cure erwirtschaftete im Jahr 2005 einen Umsatz von ca. 10 Mio. US-\$. Einen Kaufpreis für das Unternehmen nannten beide Parteien nicht. Die Firma will alle Mitarbeiter und Produktionsanlagen übernehmen.

[zurück zum Inhalt](#)

17. UPM-Werk Nordland Papier unter neuer Leitung

Die weltweit tätige UPM-Kymmene Corporation hat in ihrem Werk Nordland Papier personelle Weichen für die Zukunft gestellt. Nach siebenjähriger Tätigkeit wurde der bisherige Werkleiter Dr. Bernd Eikens (40) zum Präsidenten von UPM Nordamerika berufen. Die Nachfolge als Werkleiter hat seit Jahresbeginn Hannu Jokisalo (54), Vice President und General Manager, angetreten, der bisher in gleicher Funktion im UPM-Werk Changshu (China) tätig war.



Bernd Eikens hatte seine Ausbildung zum Mess- und Regelmechaniker bei Nordland Papier abgeschlossen. Während des Universitätsstudiums in Deutschland arbeitete er als Trainee bei den UPM-Werken in Kaukas (Finnland) und Schongau (Deutschland). Danach promovierte er in den USA (Fort Collins) an der Colorado State University in chemischer Verfahrenstechnik. Bis zu seinem Eintritt bei Nordland Papier war Eikens zwei Jahre bei International Paper in den Vereinigten Staaten beschäftigt. Seit 2002 fungierte er als Werkleiter am Standort Dörpen.

Hannu Jokisalo, in Tampere (Finnland) geboren, studierte in Helsinki an der University of Technology das Fach Papiererzeugung. Bereits 1981 war er für UPM im Werk Tervasaari (Finnland) in verschiedenen Bereichen im Einsatz. Sein zweites Studium legte Hannu Jokisalo in den USA am Institute of Paper Chemistry, Appleton, ab. Er kehrte 1985 nach Tervasaari zurück und war für den Bereich "Investitionen und Forschung" verantwortlich. 1988 wurde er zum Direktor eines Profit Centers für Spezialpapiere ernannt. Von 2002 bis 2005 war er als Werkleiter tätig. Der UPM-Feinpapierstandort Dörpen nimmt im internationalen Vergleich innerhalb der Papierindustrie eine Spitzenstellung ein.

[zurück zum Inhalt](#)

18. Firma Polar wird 100 Jahre

Die Hofheimer Firma Polar, gegründet 1906 als "Adolf Mohr Maschinenfabrik", machte sich zu Beginn als Maschinenlieferant für die Holz verarbeitende Industrie einen Namen. Nach 1945 begann sie mit der Entwicklung und dem Bau von Schneidmaschinen für die grafische Industrie und seit 1949 arbeitet Polar partnerschaftlich mit der Heidelberger Druckmaschinen AG zusammen. In dieser Zeit entwickelte sich das Unternehmen zum weltweit größten Anbieter für Schnellschneider. Trotz der sehr engen Zusammenarbeit mit Heidelberg hat sich Polar über die gesamte Zeit seine Unabhängigkeit als familiengeführtes Unternehmen bewahrt.

In diesen 100 Jahren hat die Hofheimer Firma als Trendsetter und Marktführer den Schneidprozess entscheidend geprägt und vorangetrieben und gilt heute als unangefochtener Technologie- und Weltmarktführer. Über 120.000 Schnellschneider verkaufte der Hersteller bisher in mehr als 170 Ländern rund um den Globus. Manche dieser Maschinen sind bereits seit über 40 Jahren im Einsatz. Und jedes Jahr kommen etwa 2000 Schnellschneider und etwa 1500 Peripheriegeräte hinzu.

Alfred Henschel, Geschäftsführer, dazu: "Polar ist in seinem Jubiläumsjahr bestens aufgestellt, um sich den Herausforderungen eines neuen Konjunkturaufschwungs zu stellen. Dank neuester Technologien und einem ausgezeichneten Vertriebsnetz sind die wirtschaftlich unruhigen Zeiten der letzten Jahre ohne Schaden an uns vorbeigegangen." Michael Neugart, ebenfalls Geschäftsführer: "Unser Dank gilt hier sicherlich unseren weltweiten Kunden, die immer wieder nach unseren Maschinen fragen. Für sie gibt es in diesem Jahr auch ein besonderes Jubiläumsangebot."

[zurück zum Inhalt](#)

19. "Praxis vor Ort" - Seminar von Pro Carton und FFI

"Praxis vor Ort" heißt die 2004 ins Leben gerufene Seminarreihe, mit der Pro Carton Deutschland und der Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI) einladen, sich mit Details und konkreten Fragen aus dem Alltagsgeschäft auseinander zu setzen. Eine sehr sinnvolle und stimmige Ergänzung zum alljährlichen Branchengroßevent Pro Carton-Kongress, lobten die über 60 Teilnehmer das letzte "Praxis vor Ort"-Treffen Anfang Dezember 2005 in Kempten. Es widmete sich intensiv den Möglichkeiten, Verpackungsentwicklung, technische Umsetzung und Endverbrauchermarketing so zu koordinieren, dass Marktbedürfnisse befriedigt, Marktpotenziale erschlossen und Markttrends gesetzt werden.

Mit einem einleitenden Vortrag über "Fast Moving Consumer Goods" entwickelte Jürgen Bihler, Leiter des Informationsbüros von Pro Carton Deutschland, Potenziale und Perspektiven von Verpackungen und stimmte mit einem breiten Faktenpanorama auf die Seminarinhalte ein. Ausgehend von jüngsten Ergebnissen aus Wissenschaft und Marktforschung machte Bihler deutlich, dass das aktuelle Packagingdesign durchaus noch verbesserungsfähig ist und auch konsequent verbessert werden muss, um sich im Markt für Verpackungen nachhaltig zu behaupten, um neue Erfolge zu erzielen und die Auftraggeber bei der Erschließung des enormen Marketingpotenzials für ihre Marken und Produkte zu unterstützen.

Gastgeber von "Praxis vor Ort" war in diesem Jahr das Unternehmen VG Nicolaus in Kempten, das Dr. Jef Verplaetse, CEO Van Genechten Packaging, zum Auftakt des zweiten Seminartages vorstellte. Die in den Bereichen Packaging wie Playing Cards marktführende Gesellschaft im Familienbesitz, mit elf Werken in Europa, sieht in der raschen Einstellung auf die wechselnden Herausforderungen des Marktes das wichtigste Prinzip permanenter Wettbewerbsfähigkeit. Branchenexpertise und Marktführerschaft in Zielsegmenten, innovative Produktentwicklung, effiziente Realisierung komplexer Auftragsstrukturen und schnelle Adaptionsfähigkeit seien, so Verplaetse, wesentliche Erfolgsfaktoren.

Was sich für die Erschließung künftiger Märkte an Anforderungssituationen, praktischen Gestaltungsmöglichkeiten und neuen Chancen ergibt, erläuterten Vorträge von Führungskräften des

I. PERSONALIA



Carsten Wieger

Seit dem 1. Februar verantwortet **Carsten Wieger**, früher Leiter von Södras Zellstoffwerk Mörrum, einen neuen Aufgabenbereich. Er wird in der neu geschaffenen Position verantwortlich dafür sein, Synergien innerhalb der Produktion aller Södra-Zellstofffabriken zu schaffen. Dabei soll er vor allem die Anstrengungen in den Bereichen Produktivität, Organisationsverbesserung und Investitionen koordinieren. "Die Fortsetzung unserer Arbeit in diesem Bereich und die schrittweise Verbesserung unserer Organisationsstruktur sind zwei von drei Schlüsselfaktoren, die wir als wesentlich für unser Wachstum ansehen", kommentiert Sten Holmberg, Vorstandsvorsitzender von Södra Cell. "Wir haben die neue Position geschaffen, um bestmögliche Synergien zwischen diesen Schlüsselbereichen zu schaffen." Carsten Wieger freut sich auf seine neuen Aufgaben, auch wenn es zurzeit noch schwer fällt, diese in allen Details zu beschreiben: "Wir haben sehr ehrgeizige Ziele in unserer Strategie, und Teil meiner Arbeit wird es sein, diese mit der Arbeitswirklichkeit in der Produktion zu vernetzen. Ich bin fest davon überzeugt, dass wir mit verstärkter Koordination zwischen den Werken ein besseres Verständnis für die Produktionsbedingungen erreichen werden. Es ist wichtig, sowohl die übergeordnete Perspektive von Södra Cell im Auge zu haben als auch Stärken und Schwächen der einzelnen Werke positiv zu nutzen." Södra Cell sichtet zurzeit Nachfolger für Carsten Wieger als Leiter des Zellstoffwerks Mörrum.



Dieter Abel

Dieter Abel ist neuer Geschäftsführer bei der Römerturm Feinstpapier GmbH und Co. KG. **Jörg Schweigert**, der das Unternehmen bislang als geschäftsführender Gesellschafter leitete, schied zum 31. Dezember 2005 aus persönlichen Gründen aus. Nach fast 17 Jahren bei Schneidersöhne, wo Dieter Abel zuletzt als Gesamtvertriebsleiter Deutschland tätig war, ist es nun sein erklärtes Ziel, die Marktpositionierung von Römerturm zu stärken und weiter auszubauen. Römerturm gilt in Deutschland als der Papiergroßhändler für hochwertige Feinstpapiere.

Mit Wirkung vom 1. Februar 2006 wurde **Dr. Dietrich Arnhold** zum alleinvertretungsberechtigten Geschäftsführer der Düsseldorfer Papierfabrik Hermes GmbH & Cie. KG bestellt. Arnhold war zuvor in leitenden Stellungen in der Papierindustrie tätig. Als Vorstandsvorsitzender der Dresden Papier AG hat er maßgeblich den Wandel der ostdeutschen Papierindustrie begleitet. Danach hatte er verschiedene Positionen in der deutschen Papierdivision der Jefferson Smurfit Group inne, zuletzt als deren CEO. Mit Dietrich Arnhold gewinnt die Papierfabrik Hermes einen erfahrenen und sehr kompetenten Geschäftsführer, der den eingeschlagenen Weg der Neuausrichtung des Unternehmens konsequent fortsetzen und weiterentwickeln will. **Dr. Bertram Küppers**, bisher ebenfalls alleinvertretungsberechtigter Geschäftsführer der Papierfabrik Hermes, schied zum gleichen Zeitpunkt aus der Geschäftsführung aus. Küppers gehört seit dem Juli des vergangenen Jahres zum Vorstand der Curtis AG, der Muttergesellschaft der Papierfabrik Hermes, und wird sich zukünftig in vollem Umfang seinen Aufgaben als Vorstand widmen. **Hans-Ulrich Schmitz** bleibt weiterhin Geschäftsführer der Papierfabrik Hermes. Die Papierfabrik stellt auf einer neuen Papiermaschine mit einer Kapazität von 60.000 Jahrestonnen grafische Papiere auf 100% Altpapierbasis für verschiedene Einsatzzwecke, unter anderem Zeitungsdruck- und Briefumschlagpapier, her. Das Unternehmen mit rund 100 Beschäftigten gehört zur Curtis-Gruppe, Neuwied.

II. KURZ NOTIERT

Deutschland

Smurfit Kappa Deutschland hat eine Preiserhöhung für Wellpappenverpackungen im zweistelligen Prozentbereich angekündigt. Die Preiserhöhung ist ab dem 1. Februar 2006 in Kraft getreten. Die jüngsten Preissteigerungen im Bereich der Verpackungspapiere verstärkten nach den bereits im vierten Quartal erfolgten Papierpreiserhöhungen den Handlungsdruck für Smurfit Kappa. In Kombination mit den angestiegenen Energie-, Transport- und Kraftstoffkosten sei die Gesamtkostensteigerung für das Unternehmen nicht mehr allein durch interne Kostenreduzierungen aufzufangen und machte somit die angekündigte Preiserhöhung notwendig.

Die Unternehmensführung der Herbert Schümann Papierverarbeitungswerke GmbH, Stadtallendorf, zeigt sich zufrieden mit der Geschäftsentwicklung 2005. Nach den Worten des technischen Leiters und Prokuristen des Unternehmens, Albert Zethner, läuft das Binnengeschäft immer noch recht ruhig, der Auslandsabsatz mit Asien, Nordamerika und dem Nahen Osten steigt aber konstant. Auch die Umsatzentwicklung im Bereich Furnierklebestreifen sei vor allem in den osteuropäischen Ländern von stabilem Wachstum geprägt. Bei Nassklebestreifen sei es dem Unternehmen gelungen, bei einem leichten Wachstum seine Stellung als Weltmarktführer zu festigen. Die Geschäftsentwicklung 2006 betrachtet Schümann mit gesundem Optimismus.

Der Robert Cordier AG, Bad Dürkheim, ist es bei ihrer Tochtergesellschaft Papierfabrik Salach zurzeit nur bedingt möglich, Löhne und Gehälter zu zahlen. Nach einem internen Schreiben versucht die Geschäftsführung mit dem Vorstandsvorsitzenden Peter Müller alles, um die Löhne und Gehälter weiter zu bezahlen. Salach produziert auf einer 3,36 m breiten Langsiebmaschine holzfreie und leicht holzhaltige gestrichene Druckpapiere, aber auch Etiketten- und Einschlagpapiere. Gerade bei holzfrei gestrichenen grafische Papieren ist das Wettbewerbsumfeld seit geraumer Zeit schwierig für das Unternehmen, so dass Insider mit solchen Schwierigkeiten rechneten.

Seit Januar 2006 präsentiert sich die deutsch-französische Parisloire-APV-Gruppe mit einem neuen Namen, einem neuen Logo und einem neuen Verpackungsdesign für die gemeinsamen Aktivitäten in Frankreich und Deutschland. Die Parisloire-APV-Gruppe verfügt über vier Umrollmaschinen und zwei Rollensägen mit einer Produktionskapazität von mehr als 50.000 Tonnen pro Jahr und einer Lagerkapazität von 10.000 Tonnen. APV Germany gehört seit 1998 zu Parisloire, Frankreich. Aufgrund der historischen Entwicklung und der damit verbundenen Bekanntheit am Markt operierte APV weiterhin als eigenständiges Unternehmen. Die beiden französischen Betriebe Poincy und Lussac les Châteaux firmieren nun unter dem Namen Parisloire-APV France SA, die deutschen Niederlassungen Bramsche und Heilbronn unter Parisloire-APV Germany GmbH.

Belgien

Die belgische Firma Sappi Fine Paper Europe möchte ihre Preise für holzfrei gestrichene Papiere in Rollen und Bogen im Februar um 5% erhöhen. Die Preiserhöhung soll sowohl in Europa wie auch auf den Überseemärkten gelten. Die Notwendigkeit zur Preiserhöhung ergebe sich aufgrund gestiegener Rohstoffpreise und deutlich erhöhter Energiekosten.

Kanada

Der finnische Stora Enso-Konzern hat die Arbeiter in seinem kanadischen Werk Port Hawkesbury (Nova Scotia) am 26. Januar ausgesperrt. Die Verhandlungen zwischen Stora Enso und der zuständigen Gewerkschaft über einen Tarifvertrag dauern inzwischen mehr als 20 Monaten an. Seit Weihnachten ist das Werk, das über eine Kapazität von 185.000 t Zeitungsdruckpapier pro Jahr und 360.000 t SC-Papier jährlich verfügt, stillgelegt.

Schweden

Die schwedische Firma Södra Cell hat die Preise zum 1. Februar 2006 um 30 US-\$ pro Tonne erhöht. Langfaserzellstoff kostet jetzt 630 US-\$ pro Tonne, Kurzfasierzellstoff 620 US-\$. Diese Entscheidung passe sich der gestiegenen Nachfrage für Zellstoff und Papier an. "Wir beobachten eine generell stärkere Ausgeglichenheit im Markt, daher ist unsere Prognose für die nächsten sechs Monate positiv", kommentiert Ulf Edman, Vorstandsvorsitzender von Södra Cell International. "Wir können auch Anzeichen für eine eingeschränkte Produktion im Bereich der Nadelholzkapazitäten erkennen, was den Zellstoffmarkt in diesem Jahr auch stärken wird."

Slowakei

Der finnische Metsä Tissue-Konzern hat die slowakische Tendo Slovakia a.s., Zilina, gekauft. Das Unternehmen stellt mit 950 Mitarbeitern auf zwei Papiermaschinen Tissuepapiere her und verarbeitet diese unter anderem zu Toilettenpapier und Küchenrollen. Die jährliche Tissuekapazität liegt bei 74.000 Tonnen. Über den Kaufpreis machten beide Parteien keine Angaben.

erscheint am
01.03.2006

Anzeigen-
schluss:
14.02.2006

aus dem Inhalt:

- Logistik +
Software
- RFID Radio
Frequency
Identification

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft

Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
2/2006

erscheint am
05.04.2006

Anzeigen-
schluss:
21.03.2006

aus dem Inhalt:
Alles rund um
die Wellpappe!

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
info@kepplermediengruppe.de

Geschäftsführung: Hans-Gerd Koenen, Eckhart Thomas

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

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

Es gilt für das apr Magazin die Preisliste Nr. 53 von 1.1.2006 und für das apr Extraheft WELLPAPPE die Preisliste Nr. 1 vom 1.1.2006.

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

Vertriebs-Service: Sandra Konrad, Telefon (06104) 6 06-210
s.konrad@kepplermediengruppe.de

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

Erscheinungsweise:
(130. Jahrgang)

apr Magazin und elektronische Ausgabe:
- monatlich 3 Ausgaben
- 1 x apr Magazin und
- 2 x apr PAPIERZEITUNG per eMail
plus apr Extraheft **WELLPAPPE**
- jährlich 12 Ausgaben
- 6 x apr Extraheft **WELLPAPPE** und
- 6 x apr **WELLPAPPE** per eMail

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](#)

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](#)

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

Start  Home