



INHALT

1. Stora Enso verkauft Großhandelpapiersparte Papyrus
2. Die Papier Union erwirbt Firma Complott
3. Druckindustrie: Aktuelle Geschäftslage verschlechtert sich
4. Apex erweitert Hauptwerk
5. Sappi-Kampagne "Ideas that Matter": Grafiker aus Karlsruhe thematisieren die Angst vor dem Sterben
6. Richter & Menzel übernimmt Heinrich Lohnes Nachf.
7. Cham Paper Group mit erhöhtem Umsatz
8. Österreichische Papierverarbeiter steigerten 2007 Produktionswerte und -mengen deutlich
9. Voith Industrial Services kauft Ermo-Gruppe
10. Druckindustrie bekennt sich zur Tarifautonomie
11. Weyerhaeuser mit deutlichem Umsatzrückgang
12. Kimberly-Clark mit sehr guter Umsatz- und Gewinnentwicklung
13. Positive Umsatzentwicklung in baden-württembergischer Papierverarbeitung
14. Papierprodukte von UPM erhalten die EU Flower

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

Weidenhammer zieht es nach Großbritannien

- I. Impressum
- II. Infos, Nutzungsrechte etc.

Archiv

Wer kann was liefern

Werbemöglichkeiten in der elektronischen apr PAPIER-ZEITUNG

Probeheft

Abonnement

1. Stora Enso verkauft Großhandelpapiersparte Papyrus

Der finnische Stora Enso-Konzern hat seine Großhandelpapiersparte Papyrus für 640 Mio. Euro an die Investmentgesellschaft Altor Equity Partners (AB) verkauft. Stora Enso wird dafür 490 Mio. Euro in bar und 93 Mio. Euro in Nettoverbindlichkeiten, die von dem Käufer übernommen werden, erhalten. Außerdem übernimmt Stora Enso eine Anleihe des Käufers in Höhe von 57 Mio. Euro in seine Bücher. Stora Enso erwartet von der Übernahme keine außerordentlichen Gewinne oder Verluste. Der Verkauf soll im zweiten Quartal 2008 nach Einholung der üblichen Genehmigungen abgeschlossen werden. Die zufließende Liquidität möchte das Unternehmen nutzen, um seine Schulden abzubauen. Der Vorstandsvorsitzende von Stora Enso, Juko Karvinnen, sagte: "Dies ist ein weiterer konkreter Schritt in der Strategie von Stora Enso, sich auf sein Kerngeschäft zu fokussieren. Nachdem wir Papyrus und unser Feinpapiergeschäft in den letzten Jahren erfolgreich aufgebaut haben, halten wir es für wichtig, dass sich dieser Vertriebskanal nun unabhängig entwickeln kann und dadurch die Konsolidierung im europäischen Feinpapiergroßhandel vorangeht. Wir sehen in Altor einen guten Eigentümer von Papyrus, der die Konsolidierung voranbringen wird. Der Verkauf beinhaltet eine langfristige Übereinkunft über die Belieferung von Papyrus, die unsere starke Geschäftsbeziehung erhält und gleichzeitig dafür sorgt, dass wir unabhängig sind, weitere wichtige Distributionskanäle zu beliefern." In einer Übergangsperiode wird der bisherige Präsident von Stora Enso Papyrus, Mats Nordlander, in dieser Position bleiben, auch um einen problemlosen Übergang des Geschäfts auf einen neuen Vorstandsvorsitzenden zu gewährleisten. Nordlander wird in dieser Zeit auch Präsident des Geschäftsbereichs "Consumer Board" bleiben und Mitglied des Vorstandes (Global Executive Team).

Mit dem Verkauf verliert Stora Enso Umsätze in Höhe von 1,525 Mrd. Euro. Der Gewinn vor Zinsen und Steuern von Papyrus im vergangenen Jahr lag bei 45 Mio. Euro. Die bilanzierten Werte dieser Division liegen bei 600 Mio. Euro.

Altor Equity Partners, Stockholm, verwaltet zwei Fonds. Im Altor Fonds I liegen 650 Mio. Euro Kapital, im Fonds II 1,15 Mrd. Euro. Inhaber sind Privatpersonen. Die Fonds investieren in mittelgroße Unternehmen in Skandinavien.

Vorschau apr MAGAZIN, Nr. 05/08

erscheint am 07.05.2008

Anzeigenschluss: 23.04.2008

aus dem Inhalt:

- Prozessautomatisierung und Überwachung
- Vorbereit zur DRUPA

Bestellen Sie hier Ihr kostenloses Probeheft

Vorschau EXTRAHEFT WELLPAPPE 2/2008

erscheint am 09.04.2008

Anzeigenschluss: 29.03.2008

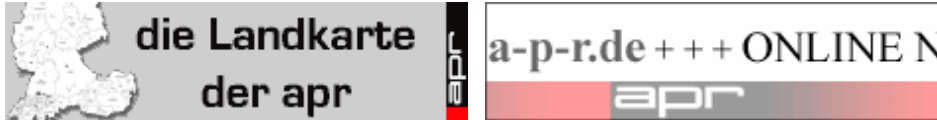
aus dem Inhalt: Alles rund um die Wellpappe!

Bestellen Sie hier Ihr kostenloses Probeheft

Beim deutschen Papierhandelshaus Schneidersöhne, der zu Papyrus gehört, begrüßt man die Entscheidung und sieht Chancen, die der neue Eigentümer bietet. Boris Borenzstein, Geschäftsführer von Schneidersöhne Deutschland, hierzu: "Als unabhängiger Papiergroßhändler können wir den Kunden gegenüber noch etwa neutraler auftreten als in der Vergangenheit. Wir haben damit die Möglichkeit, unsere Beratungskompetenz voll und ganz zugunsten unserer Kunden einzusetzen. Darüber hinaus stärkt unsere Abkopplung vom Papierhersteller unsere Unabhängigkeit gegenüber Lieferanten, womit wir auch in der Vergangenheit gute Erfahrungen gemacht haben."

Altor hat bereits Gelder investiert in Firmen wie Diner Pack, die Verdichtungsmaschinen für Erde und andere Materialien (Dampfwalzen) herstellen. Zu den weiteren Firmen, die das Unternehmen kaufte, gehören unter anderem Relacom, Ferrosan, Meyn, Alborg, Navico.

[zurück zum Inhalt](#)



apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

Weidenhammer zieht es nach Großbritannien

Seit 1. Februar des Jahres produziert die Weidenhammer Packaging Group, Hockenheim, Kombidosen auch in England. Standort des gemeinsamen Jointventures mit der Chesapeake Packaging plc (bis 31. Dezember 2007: Field Packaging), Tochter der amerikanischen Chesapeake-Gruppe, ist das nordenglische Bradford. Hier fertigt Weidenhammer künftig auf mehreren Produktionslinien Kombidosen für den britischen Markt. Für das laufende Jahr erwartet Weidenhammer in Großbritannien einen Umsatz im mittleren einstelligen Millionenbereich.

Das frühere Textilhandelszentrum Bradford liegt in West Yorkshire und damit in günstiger logistischer Entfernung zu den Hauptzentren Manchester/Liverpool (80 km), Birmingham (200 km) und London (350 km). Hier produziert Weidenhammer UK, so die Firmierung des Jointventures, mit mehr als dreißig Mitarbeitern auf vier Linien Kombidosen für große Kunden im Nahrungsmittelbereich wie beispielsweise Cadbury (Kakao-Instantgetränke, Süßwaren), Quaker Oats (Cerealien, Instant-Brei), United Biscuits (Snacks) sowie mehrere kleinere Kunden (Tee, Instant-Kaffee, Snacks etc.).

Leiter des jüngsten Standorts der Weidenhammer-Gruppe wird Mike Ridgway, der seit 1969 bei Field beschäftigt ist. Im selben Jahr wurde von Field Packaging in Liverpool das kleine, von deutschen Immigranten gegründete Kombidosenwerk "H. Tramer" übernommen. Das Unternehmen spezialisierte sich auf die Produktion von Runddosens für den pharmazeutischen sowie kosmetischen Bereich. 1970 verlagerte Field das Geschäft nach Bradford und erweiterte den Betrieb um den in den folgenden Jahren sehr erfolgreichen Bereich Spirituosen-Geschenkverpackungen. 1994 wurde für Spirituosenverpackungen eine eigene Produktionsstätte in Schottland aufgebaut, ein Teil der bisherigen Spirituosen- sowie die Kombidosenproduktion verblieben in Bradford.

Ende letzten Jahres trennte sich Chesapeake im Rahmen eines Umstrukturierungsprozesses von Aktivitäten wie der Kombidosenherstellung, die nicht zum Kerngeschäft gehörten, und konzentrierte das Geschenkverpackungsgeschäft für Spirituosen an einem neuen Standort in Schottland. Das neu gegründete Jointventure Weidenhammer UK wird vorerst in den bisherigen Räumlichkeiten produzieren. Für 2010 ist in Bradford eine Verdopplung der Fläche geplant, um der erwarteten Expansion gerecht zu werden.

Von Bradford aus sollen sowohl die Britischen Inseln beliefert als auch Verpackungen für den Export nach Polen produziert werden. "Wir wollen dem englischen Markt kurzfristig ein ähnliches Portfolio anbieten, wie wir es auf dem europäischen Festland offerieren", erläutert Geschäftsführer Ralf Weidenhammer. "Bisher haben Transportpreise und ungünstige Wechselkursverhältnisse für den Euro einen Export vom Kontinent aus verhindert. Mit dem Jointventure geht deshalb nun ein lang gehegter Traum in Erfüllung. Dieser ideale Standort und das hochmotivierte Team werden, in Kombination mit dem technischen Know-how und den Kundenbeziehungen von Weidenhammer, unseren Erfolg sicherstellen."

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

[zurück zum Inhalt](#)



2. Die Papier Union erwirbt Firma Complott

Die Papier Union GmbH, Teil der europaweit tätigen Inapa-Gruppe, hat über ihre Tochtergesellschaft Inapa VisCom. GmbH 100 % der Kapitalanteile der Complott Art-Vertriebsgesellschaft mbH von Thorsten Moritz erworben. Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt der endgültigen Genehmigung durch das Bundeskartellamt.

Thorsten Moritz gründete 1998 die Complott Art-Vertrieb GmbH und baute das Unternehmen zu einem führenden deutschen Systemhaus im Vertrieb von Large Format Printing-Hardware- und Softwarelösungen sowie Medien aus. Complott ist dabei im Premiumbereich des digitalen Großformatdrucks tätig.

Die Papier Union, die einen Marktanteil von ca. 20% am deutschen Feinpapiergroßhandelsmarkt besitzt, hat in den letzten Jahren erfolgreich ihren Vertriebsbereich Werbetechnik aufgebaut. Die Papier Union ist durch ein qualitativ herausragendes und äußerst wettbewerbsfähiges Sortiment an Verbrauchsmaterialien profiliert und verfügt über eines der leistungsfähigsten Distributions-Logistiksysteme im Printbereich in Deutschland. Als 100%-ige Tochterfirma der Inapa gehört die Papier Union zur fünftgrößten Papiergroßhandelsorganisation in Europa.

Es ist beabsichtigt, den Bereich Werbetechnik der Papier Union in Complott zu integrieren. Complott wird in Zukunft unter "ComPlott - Papier Union GmbH" firmieren. Thorsten Moritz bleibt unverändert deren Geschäftsführer. Stefan Trost, Vertriebsbereichsleiter Werbetechnik der Papier Union, wird ihn dabei mit den Schwerpunkten Vertrieb Verbrauchsmaterialien, Produktmanagement und Key Account Management unterstützen..

[zurück zum Inhalt](#)



3. Druckindustrie: Aktuelle Geschäftslage verschlechtert sich

Nach einer Umfrage des Münchner Ifo-Instituts verschlechterte sich die aktuelle Geschäftslage der deutschen Druckindustrie erstmals seit August 2007 wieder so, dass sie im negativen Bereich liegt. Sie fiel um zehn Punkte von plus drei auf minus sieben. Noch schwächer verlief nach dieser Umfrage die Produktionsentwicklung. Sie fiel von null auf minus 23. Besser sieht es bei den Geschäftserwartungen für das nächste halbe Jahr aus. Sie stiegen immerhin um zwei Punkte von minus acht auf minus sechs.

[zurück zum Inhalt](#)

4. Apex erweitert Hauptwerk

Die Unternehmensgruppe Apex, Hersteller von Raster- und Dosierwalzen, plant in den kommenden zwei Jahren eine umfangreiche Erweiterung des Hauptsitzes im niederländischen Hapert.

Nach der Erweiterung des Produktionswerkes in Italien im Jahr 2007 werden momentan auch im nordamerikanischen Werk erweiternde Baumaßnahmen im Produktions- und Verwaltungsbereich vorgenommen. Zwischenzeitlich nahmen drei weitere eigenständige Verkaufsbüros in England, Spanien und Frankreich ihre Tätigkeit auf. Im nächsten Schritt sollen nun auch im niederländischen Mutterwerk der Unternehmensgruppe Baumaßnahmen mit einem Investitionsvolumen von mehreren Millionen Euro erfolgen. Im Zuge des ersten Bauabschnittes, mit dem in Kürze begonnen werden soll, werde die vorhandene reine Produktionsfläche nahezu verdreifacht, heißt es. Wie Apex in diesem Zusammenhang mitteilt, legt man großen Wert auf die weitere Optimierung der Produktionsprozesse und -wege und des Logistikbereichs..

Im zweiten Bauabschnitt in 2009 soll das vorhandene bislang eingeschossige Bürogebäude durch einen zweigeschossigen Neubau ersetzt werden, in dem neben den Räumlichkeiten für Verwaltung und Management auch ein großes Auditorium vorgesehen ist.

[zurück zum Inhalt](#)



5. Sappi-Kampagne "Ideas that Matter": Grafiker aus Karlsruhe thematisieren die Angst vor dem Sterben

Der Karlsruher Diplomdesigner Jürgen Stephan und Johannes von Freydorf haben dank des "Ideas that Matter"-Programms des südafrikanischen Sappi-Konzerns ihre eigene, innovative Plakatkampagne für eine Wohltätigkeitsorganisation umgesetzt, die Menschen hilft, sich mit dem Tod auseinanderzusetzen.

Die Heidelberger Wohltätigkeitsorganisation OASIS e.V. hat im letzten November ein Wochenend-Event mit Film, Musik, Theater und Diskussionen über das Leben, den Tod und das Sterben unter dem Titel "Totentanz" organisiert. Ebenfalls im November wurden auffallende Plakate an städtischen Bushaltestellen angebracht. Markante, sepiafarbene Nahaufnahmen von Gesichtern eines jungen Mannes, einer jungen Frau und eines alten Mannes waren direkt auf den Betrachter gerichtet. Tagsüber lautete die dezente Botschaft der Plakate "Für achtsames Leben", in der Nacht hingegen sorgte eine spezielle Hintergrundbeleuchtung der Plakate dafür, dass ein großes weißes Kreuz hinter jedem Gesicht und die zusätzlichen Worte "und Sterben" sichtbar wurden.

"Die Plakate waren als eine Art fotografische Ausstellung an Orten gedacht, an denen man normalerweise Werbung für Elektronik oder Dessous erwartet," erklärt Jürgen Stephan. "Da die Arbeit von OASIS vorrangig auf dem Gespräch von Mensch zu Mensch basiert, wollten wir als erste Wahrnehmung Menschen in den Blickpunkt rücken. Bei Tageslicht wurde das Leben als zentrale Botschaft vermittelt, bei Dunkelheit allerdings stand die Unvermeidlichkeit des Sterbens im Vordergrund. Die Botschaft dahinter lautet: Genieße so lange wie möglich ein erfülltes Leben - ohne Angst vor dem Tod."

Die OASIS-Kampagne war eine der elf europäischen Gewinner, die von einer internationalen Jury von Grafikexperten ausgewählt wurden. Im Rahmen des "Ideas that Matter"-Programms vergibt Sappi jedes Jahr Fördermittel im Wert von 1 Mio. US-\$ an Grafiker in aller Welt, um sie dabei zu unterstützen, soziale, umweltrelevante oder humanitäre Anliegen ihrer Wahl umzusetzen. Bewerber werden gebeten, ihre kreativen Ideen, eine Beschreibung der Kampagne und ihre Ziele, eine Kostenschätzung für die Implementierung und Informationen über die Wohltätigkeitsorganisation, die sie für ihre Unterstützung ausgewählt haben, vorzulegen.

[zurück zum Inhalt](#)



Brilliant brilliert
Jetzt neu - 6x im Jahr
Trends und Innovationen aus dem **Verpackungsdruck**
...jetzt Probeheft anfordern!

6. Richter & Menzel übernimmt Heinrich Lohnes Nachf.

Die langjährigen Gesellschafter der Heinrich Lohnes Nachf. GmbH, Mannheim, haben das 1904 gegründete Traditionsunternehmen in neue Hände gegeben. Neuer Gesellschafter ist die Richter & Menzel GmbH aus Neukirchen/Chemnitz. Die Geschäftsleitung wird weiterhin von Bärbel Bühler und zusätzlich von Jörg Richter, der gleichzeitig geschäftsführender Gesellschafter der Richter & Menzel GmbH ist, wahrgenommen. Dr. Erwin Bühler, der maßgeblich das Unternehmen in den letzten Jahrzehnten geprägt hat, zieht sich in den wohlverdienten Ruhestand zurück. Heinrich Lohnes Nachf. ist in der Branche als Spezialist für Feinpapiere, Pappen, Buchbindereibedarf sowie Maschinen und Materialien zur Druckweiterverarbeitung bekannt. Das in Neukirchen bei Chemnitz ansässige Unternehmen Richter & Menzel ist seit 1990 im gleichen Marktsegment mit Schwerpunkten in der Druckweiterverarbeitung und Druckveredlung sowie der Werbetechnik tätig. Auf einer gemeinsamen Lagerfläche von über 2000 m² können Artikel bereitgestellt werden.

[zurück zum Inhalt](#)



die Landkarte der apr

7. Cham Paper Group mit erhöhtem Umsatz

Die Schweizer Cham Paper Group, die zur Cham Holding gehört, konnte ihren Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um 2,3% auf 448,1 Mio. sfr erhöhen. Ursächlich hierfür waren deutliche Preissteigerungen. Das abgesetzte Volumen sank um 4% auf 246.800 Tonnen. Der Rückgang betraf vor allem die Geschäftsbereiche flexible Verpackungen (minus 10%) und Haftverbunde (minus 4,7%). Unrentable Produktionslinien, wie zum Beispiel den Bereich Druckdekorpapiere, hat Cham völlig aufgegeben. Im Geschäftsbereich Technische Papiere konnte Cham aufgrund der gestiegenen Nachfrage nach Inlinerpapieren mengenmäßig um 1,6% zulegen. Vor Zinsen und Steuern konnte Cham damit seinen Ertrag auf 27,5 Mio. sfr erhöhen. Die Cham Paper Group kommt damit wieder auf einen Gewinn von 11,2 Mio. sfr. Im Vorjahr fiel, auch aufgrund von Sondereinflüssen, noch ein Verlust von 23,5 Mio. sfr an.

Ausblick 2008

Für das Jahr 2008 erwartet der Konzern im Spezialpapierbereich trotz der anhaltenden Unsicherheit der Margenentwicklung eine weitere Steigerung des Betriebsgewinns. Zentrale Aufgaben im Spezialpapierbereich sind die vollständige Implementierung der operativen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und eine konsequente Ausrichtung auf Spezialitäten.

[zurück zum Inhalt](#)

8. Österreichische Papierverarbeiter steigerten 2007 Produktionswerte und -mengen deutlich

Die Papier und Pappe verarbeitende Industrie Österreichs konnte ihren Produktionswert im abgelaufenen Jahr um 5,5% auf 1,9 Mrd. Euro bzw. auf eine Menge von 1,1 Mio. Tonnen (plus 3,5%) steigern. Die deutliche Umsatzsteigerung von 8% wurde von der guten Konjunktur im Bereich Verpackungen getragen. Die Exporte betragen 1,22 Mio. Euro (plus 3,5%), und die Importe wuchsen noch deutlicher um 10,4% auf 1 Mrd. Euro. Die Zahl der Beschäftigten stieg leicht auf 9360 Mitarbeiter. Der Obmann des österreichischen Fachverbandes Papier und Pappeverarbeitung, Georg Fischer, wies in einer Einschätzung darauf hin, dass es der Branche trotz guter Auftragslage und Beschäftigung nicht gelungen sei, die Kostensteigerungen bei Rohstoffen, Energie und Transport im notwendigen Ausmaß über die Produktpreise am Markt weiterzugeben.

Erwartungen für 2008

Trotz deutlicher Abschwächungssignale bei der Mengenentwicklung erwartet der Verband eine Umsatzsteigerung von 2 bis 3%. Die Belastung der Papierindustrie, die neben den Problemen der Rohstoffversorgung und Energiepolitik nunmehr auch mit den Kosten von CO₂-Zertifikaten konfrontiert ist, werden sich nach Ansicht des Verbandes negativ auf die gesamte Supply Chain auswirken. Dies sei kein Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Papierwirtschaft am Standort Österreich und umweltpolitisch kontraproduktiv.

[zurück zum Inhalt](#)

9. Voith Industrial Services kauft Ermo-Gruppe

Die Voith Industrial Services, Tochterunternehmen des Heidenheimer Voith-Konzerns, übernimmt die deutsche Ermo-Gruppe mit 750 Mitarbeitern und einem Umsatz von 80 Mio. Euro für einen nicht genannten Betrag. Damit will der weltweit agierende Industriedienstleister seine Position in Europa stärken und zugleich sein technisches Know-how in der Prozessindustrie erweitern. "Mit Ermo haben wir ein Unternehmen gewonnen, das nicht nur unser Portfolio ideal ergänzt und erweitert, sondern das auch in seiner Unternehmenskultur optimal zu uns passt", berichtet Markus Glaser-Gallion, Mitglied der Geschäftsführung der Voith Industrial Services Holding GmbH.

Gegründet 1970, war Ermo wie die Voith AG bislang in Familienbesitz. Europaweit bietet das Unternehmen technische Dienstleistungen vor allem für die petrochemische Industrie und für Kraftwerke an. In Europa führend sei Ermo im Stillstandsmanagement und in der Instandhaltung. Ebenso wie Voith Industrial Services ist der Dienstleister zudem unter anderem für die Chemie- sowie die Papier-, Karton- und Zellstoffindustrie tätig.

Voith Industrial Services setzt mit dieser Akquisition seine Expansionsstrategie fort: Neben einem starken organischen Wachstum hat der Industriedienstleister in den letzten Jahren verschiedene erfolgreiche Unternehmen integriert, zuletzt im November 2007 die dänische SIS Skandinavisk Industriservice AS, ebenfalls ein Spezialist für technische Dienstleistungen in Raffinerien und Kraftwerken.

Bei Ermo blickt man ebenfalls positiv in die Zukunft als Teil der Voith AG: "Wir sind überzeugt, den richtigen Partner für die künftige Expansion gefunden zu haben", bestätigt Heiko Reuner, Geschäftsführer bei Ermo, seine ehrgeizigen Ziele. "Wir versprechen uns von der Zusammenarbeit ein nachhaltiges Wachstum und eine erfolgreiche Integration in eines der größten Familienunternehmen Europas."

[zurück zum Inhalt](#)

10. Druckindustrie bekennt sich zur Tarifautonomie

Der neu gewählte Sozialpolitische Ausschuss des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) konstituierte sich in Frankfurt zu seiner ersten Sitzung und wählte Dr. Wolfgang Pütz, Komplementär der J. F. Ziegler KG und Verleger des Remscheider Generalanzeiger, erneut einstimmig zu seinem Vorsitzenden und damit zum Tarifverhandlungsführer für die Druckindustrie. Die nächsten Lohnverhandlungen für die Druckindustrie stehen erst im Frühjahr 2009 an. Nach der Willensbildung im Sozialpolitischen Ausschuss werden die Arbeitgeber die Zwischenzeit nutzen, um mit der Gewerkschaft ver.di außerhalb von gekündigten Tarifverträgen und damit verbundenen Arbeitskämpfen über einvernehmliche Reformen im Manteltarifvertrag zu sprechen, um die Zukunft der Tarifautonomie zu stärken. Nach den Vorstellungen der Arbeitgeber geht es dabei vorrangig um Lebensarbeitszeitmodelle, Qualifizierung für ältere Arbeitnehmer, die erfolgsabhängige Ausgestaltung tariflicher Einmalzahlungen und - ein Spezifikum der Druckindustrie - die weitere "Modernisierung" der Maschinenbesetzung.

Der Sozialpolitische Ausschuss des bvdm bekennt sich zur Gestaltungsaufgabe der Tarifautonomie und kritisiert die Gesetzgebungsinitiative der Bundesregierung, durch ein neues Mindestarbeitsbedingungsgesetz und eine Erweiterung des Entsendegesetzes flächendeckend durch Rechtsverordnungen in die Tarifautonomie einzugreifen. "Mit der im Grundgesetz verankerten Tarifautonomie gibt unsere Verfassung den Verbänden und Gewerkschaften einen Freiraum, die Arbeitsbedingungen für ihre Mitglieder eigenständig und frei von staatlicher Einflussnahme zu regeln", postulierte Pütz. Dieses Freiheitsrecht hänge weder von der Zahl der tarifgebundenen Arbeitnehmer ab, noch bestünde ein staatliches Korrekturrecht. Tarifverträge hätten deshalb Vorrang vor staatlichen Regelungen. Um einem, wie es heißt, staatlichen Lohndiktat aktiv entgegenzuwirken, appelliert der Sozialpolitische Ausschuss des bvdm an alle Unternehmer, die die Tarifbindung aufgegeben haben, sich wieder aktiv für die Neugestaltung der Tarifautonomie einzusetzen.

[zurück zum Inhalt](#)

11. Weyerhaeuser mit deutlichem Umsatzrückgang

Der US-amerikanische Weyerhaeuser-Konzern setzte im vergangenen Jahr 16,3 Mrd. US-\$ (i. Vj.: 18,67 Mrd. US-\$) um. Dabei fiel der operative Gewinn sehr deutlich auf 406 Mio. US-\$ (i. Vj.: 1,82 Mrd. US-\$). Aufgrund von Sondereinflüssen außerhalb des operativen Geschäfts stieg der Nettogewinn dennoch auf 790 Mio. US-\$. Steven R. Rogel, der Vorstandsvorsitzende des Unternehmens, wies darauf hin, dass 2007 ein herausforderndes Jahr für Weyerhaeuser war. Das Unternehmen habe sich bezüglich seiner Forste international neu positioniert, bei seinem Wellpappengeschäft die Leistungsfähigkeit verbessert und sich auf die Herstellung von Spezialitäten bei Zellstoff spezialisiert. Außerdem hat Weyerhaeuser seine Feinpapiersparte an die Firma Domtar verkauft. Die Rezession auf dem US-Baumarkt habe zu sehr unvorteilhaften Marktbedingungen für Holzprodukte und das Geschäft mit dem Verkauf von Grundstücken geführt. Rogel rechnet damit, dass die schwierigen Marktbedingungen auch 2008 anhalten werden. Im mit Abstand größten Geschäftsbereich Holzprodukte setzte Weyerhaeuser 5,7 Mrd. US-\$ um (i. Vj.: 7,9 Mrd. US-\$). Dort entstand allerdings ein Verlust von 734 Mio. US-\$ (i. Vj.: Gewinn von 464 Mio. US-\$).

Im zweitgrößten Geschäftsbereich Wellpappenrohapiere, Verpackungen und Recycling betrug der Umsatz 5,17 Mrd. US-\$ (i. Vj.: 4,9 Mrd. US-\$). Wichtigster Teilbereich dieser Division war die Herstellung von Verpackungen mit einem Umsatz von 4,02 Mrd. US-\$ (i. Vj.: 3,93 Mrd. US-\$). In diesem Geschäftsbereich stiegen auch die Gewinne um fast 120 Mio. US-\$ auf 382 Mio. US-\$. Im vierten Quartal gelang es den US-Amerikanern, sowohl die Preise für Verpackungen als auch für Wellpappenrohapiere anzuheben.

Im ersten Quartal des laufenden Jahres rechnet Weyerhaeuser damit, dass die Gewinne insgesamt sinken werden, obwohl die Preise für Wellpappenrohapiere wie auch die für Verpackungen steigen sollen. Einen Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr gab der Vorstand nicht.

[zurück zum Inhalt](#)

12. Kimberly-Clark mit sehr guter Umsatz- und Gewinnentwicklung

Der US-amerikanische Kimberly-Clark-Konzern (K&C) konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr seinen Umsatz um 9,1% auf 18,27 Mrd. US-\$ und seinen Gewinn um 24,5% auf 2,62 Mrd. US-\$ steigern. Bis auf den Bereich Health Care lief dabei das Geschäft in den einzelnen Sparten recht erfolgreich. Der Vorstandsvorsitzende Thomas C. Falk zeigte sich ermutigt vom Fortschritt seiner Mitarbeiter. Das Unternehmen habe sich auf Innovationen konzentriert und seine Kundenbeziehungen verbessert, die Marken gestärkt und insgesamt ein noch besseres Wachstum als erwartet abgeliefert. Dies sei gelungen trotz höherer Marketingausgaben und einer höheren Inflationsrate. Im Jahr 2005 hat Kimberly-Clark strategische Pläne zur Kostenreduzierung verabschiedet. Dabei soll die Produktion in Nordamerika und Europa weiter konzentriert und administrative Kosten gespart werden. Davon erhofft sich K&C bis zum Jahr 2009 jährliche Einsparungen von wenigstens 350 Mio. US-\$. Im Jahr 2007 sei es auf diesem Wege gelungen, 105 Mio. US-\$ einzusparen. Teil des Planes ist es, weltweit weitere 23 Werke zu verkaufen und die Zahl der Mitarbeiter zu reduzieren. Insgesamt wird dies das Unternehmen im Jahr 2008 ca. 900 Mio. US-\$ vor Steuern kosten.

Besonders gut lief für K&C der Bereich Personal Care. Hier stieg der Umsatz um 12,2% auf 7,56 Mrd. US-\$ bei einem operativen Gewinn von 1,56 Mrd. US-\$ (plus 20%). Großen Erfolg in dieser Sparte hatte das Unternehmen vor allem mit Babywindeln und Babyhöschen. Im Bereich Consumer Tissue, dem auch in Nordamerika am härtesten umkämpften Markt, ging der operative Gewinn um 9% auf 702 Mio. US-\$ zurück. Immerhin gelang es auch hier, den Umsatz um mehr als 8% auf 6,47 Mrd. US-\$ zu steigern. Im Bereich Consumer Tissue stiegen die Verkäufe in Europa mit 14% überproportional stark, wobei vor allem positive Währungseffekte mit alleine 10% durchschlugen. Die verkauften Mengen erhöhten sich, ohne dass diese näher spezifiziert wurden, um 4%. Falk erläuterte, dass es im vergangenen Jahr gelungen sei, die Preise in den meisten Märkten als Antwort auf höhere Rohmaterialkosten anzuheben.

Aussichten

Der Vorstand des Unternehmens rechnet im laufenden Jahr mit einem organischen Wachstum von 4% bis 6%. Die Umsätze sollen dabei vor Währungseffekten um wenigstens 1% anziehen. Beim operativen Gewinn plant das Unternehmen einen Zuwachs von 5% bis 8% und die Durchsetzung höherer Preise, die höhere Marketingausgaben und die Inflation kompensieren sollen. Insgesamt soll dies im laufenden Jahr einen Nettogewinn ergeben, der etwas oberhalb des Jahres 2007 liegt. Falk betonte, dass das Unternehmen im Bereich Personal Care besonders auf die sich entwickelnden Länder setzt und gleichzeitig seine Ausgaben für Innovationen, Marketing und Kundenentwicklung erhöhen wird.

[zurück zum Inhalt](#)

13. Positive Umsatzentwicklung in baden-württembergischer Papierverarbeitung

Anlässlich seiner Mitgliederversammlung nahm der Verband der Papier, Pappe und Kunststoff verarbeitenden Industrie Baden-Württemberg (vpi), Ostfildern, zur wirtschaftlichen Lage der Papierverarbeitung im vergangenen Jahr Stellung und gab eine Prognose für das Jahr 2008. 2007 stieg der Umsatz laut einer vom vpi bei seinen Mitgliedsbetrieben durchgeführten Statistik gegenüber 2006 um 4,1% auf 1,244 Mrd. Euro. Allerdings haben sich hierbei die einzelnen Fachsparten sehr unterschiedlich entwickelt. Der allgemeine Konjunkturaufschwung hat sich positiv auf die Papier, Pappe und Kunststoffe verarbeitende Industrie in Deutschland ausgewirkt.

Allerdings hatten die gestiegenen Umsatzzahlen nach Aussagen der Unternehmen nicht zu einer Steigerung des Ertrags geführt. Die Kapazitätsauslastung in der Papier- und Pappeverarbeitung hat sich im Jahresverlauf 2007 gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert, im Jahresdurchschnitt lag diese bei 90%. Der Personalstand in der Branche ist 2007 gegenüber dem Vorjahr konstant geblieben. Bei den im Verbandsbereich statistisch erfassten Betrieben lag die Beschäftigtenzahl im Jahr 2007 im Durchschnitt bei 7229 Beschäftigten (minus 0,3%).

Aufwärtstrend bei den Ausbildungszahlen

Die Bilanz bei den im Herbst 2007 neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen fällt im Verbandsgebiet Baden-Württemberg positiv aus. Insgesamt beschäftigten die Unternehmen vom ersten bis zum dritten Ausbildungsjahr 218 Verpackungsmittelmechaniker. Das sind 1,9% mehr als im Vorjahr.

Der in diesem Jahr in einer neuen Struktur in Kraft getretene Ausbildungsberuf "Mediengestalter Digital und Print" verzeichnet gegenüber dem Vorjahr ein Azubi-Plus von 9,5%. Das beweist, dass die aktualisierte Ausbildungsordnung von den Ausbildungsbetrieben gut angenommen wurde. Der Beruf enthält für die Unternehmen in der Verpackungsindustrie drei spezielle Wahlmodule zum Thema Verpackungsgestaltung. Bei den Berufen Mediengestalter, Drucker und Buchbinder hat sich die Zahl der Auszubildenden im ersten Ausbildungsjahr gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 11,8% erhöht. Da es nach wie vor schwierig ist, für die technisch orientierten Berufe geeignete Bewerber zu finden, führt der Verband die Nachwuchswerbeaktion "wop" - world of print & paper - mit umfangreichen Aktionen in Schulen und auf Berufsinformationsmessen auch in diesem Jahr fort.

Prognose für das Jahr 2008

Zu Beginn des Jahres 2008 hat sich die Stimmungslage in der Papier und Pappe verarbeitenden Industrie wieder abgekühlt. Nur 43% der befragten Unternehmen beurteilen die augenblickliche Geschäftslage als gut, 56% als gleichbleibend und 19% als negativ.

[zurück zum Inhalt](#)

14. Papierprodukte von UPM erhalten die EU Flower

Der finnische UPM-Konzern hat für seine Magazin-, Tüten- und Sackpapiere von der EU das so genannte Flower-Zertifikat erhalten. Dieses europäische Ökolabel erhielten die UPM-Werke Augsburg, Steyermühl, Jämsänkoski und Pietarsari für ihre Produkte. Innerhalb eines Jahres wurden mehr als zehn andere Werke von UPM mit diesem Zertifikat ausgezeichnet.

"Die EU Flower ist ein Beweis für die guten Umwelleistungen eines Produkts und seine geringen Auswirkungen auf die Umwelt. Mit der EU Flower wollen wir zeigen, dass unsere Papiere umfassend alle Kriterien erfüllen und umweltfreundlich sind", erklärt Sören Slotte, Vice President für Vertrieb und Marketing bei Packpapieren. UPM ist einer der ersten Papierhersteller, der die EU Flower für seine Produkte erhalten hat. Um dieses europäische Ökolabel zu erhalten, muss der Papierproduzent strikte Vorschriften hinsichtlich Emissionen in Wasser und Luft sowie beim Abfallmanagement erfüllen, auch hinsichtlich der Reduzierung des Energieverbrauchs.

Vorschau
apr MAGAZIN,
Nr. 05/08

erscheint am
07.05.2008

Anzeigen-
schluss:
23.04.2008

aus dem Inhalt:

- Prozess-
automatisierung
und
Überwachung
- Vorbericht
zur DRUPA

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft

Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
2/2008

erscheint am
09.04.2008

Anzeigen-
schluss:
29.03.2008

aus dem Inhalt:

Alles rund um
die Wellpappe!

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft

Als Teil der Bewertungskriterien für die EU Flower müssen die Hersteller eine breite Palette an Anforderungen bezüglich Umwelt und Nachhaltigkeit erfüllen. UPM musste den Ursprung seines gesamten Fasermaterials und die Behauptung, dass 10% der Fasern aus nachhaltig gemanagten Forsten stammten, nachweisen. Die ersten Papiere von UPM, die die EU Flower erhielten, waren Büropapiere, die in den europäischen Werken von UPM hergestellt wurden.

[zurück zum Inhalt](#)

I. IMPRESSUM

Verlag: P. Keppler Verlag GmbH & Co. KG
Industriestraße 2, D-63150 Heusenstamm (Germany)
Tel. +49 (0)6104 / 606 - 0, Telefax +49 (0)6104 / 606 - 336
www.kepplermediengruppe.de
info@kepplermediengruppe.de

Geschäftsführung: 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
Papier- und Druckzeitschriften: Petra Hanke, Telefon +49 (0)6104 / 606 - 360
p.hanke@kepplermediengruppe.de

Anzeigenleitung: Marion Apitz, Telefon +49 (0)6104 / 606 - 304
m.apitz@kepplermediengruppe.de

Es gilt für das apr Magazin die Preisliste Nr. 55 vom 1.1.2008 und für das apr Extraheft WELLPAPPE die Preisliste Nr. 3 vom 1.1.2008.

Web Content: Mike Wilhelm, Telefon +49 (0)6104 / 606 - 202
m.wilhelm@kepplermediengruppe.de

Vertriebs-Service: Sandra Konrad, Telefon +49 (0)6104 / 606 - 210
s.konrad@kepplermediengruppe.de

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

Erscheinungsweise ([hier klicken!](#))

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

b

II. 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 Adressaten 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](#)

Werbemöglichkeiten in der apr-"PAPIER-ZEITUNG"