



INHALT

1. Wellpappenabsatz steigt im ersten Quartal 2007 um 7,7%
2. VDW erwirkt einstweilige Verfügung gegen Stiftung Initiative Mehrweg
3. Emnid-Umfrage: "Wellpappe mit bestem Preis-Leistungs-Verhältnis"
4. Gute Produktionssteigerung in der österreichischen Papierverarbeitung
5. Quantensprung in die Zukunft - Klingele-Werk Hilpoltstein erhält neue Sechsfarben-Druckstanze
6. Panther Wellpappe erhält Superstar in Bronze
7. Flint Group stellt Konzept für wasserbasierte Verpackungsdruckfarben vor
8. FEFCO veröffentlicht REACH-Richtlinien
9. "Forum Wellpappe" will Verpackung als Marketinginstrument darstellen
10. Lothar Späth verleiht Innovationspreis "Top 100" an STI

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

Bobst-Gruppe und FPT Robotik kooperieren

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

Archiv
Wer kann was liefern
Werbemöglichkeiten in der elektronischen apr **WELLPAPPE**

Probeheft
Abonnement

1. Wellpappenabsatz steigt im ersten Quartal 2007 um 7,7%

Mit 1,89 Milliarden verkauften Quadratmetern im ersten Quartal 2007 verbesserten die Mitglieder des Verbandes der Wellpappen-Industrie e. V. (VDW), Darmstadt, das Vorjahresergebnis um 6% (arbeitsmäßig bereinigt um 7,7%). Die verbandseigene Prognose in Höhe von 5% vom Jahresbeginn übertrafen die Wellpappenhersteller deutlich, die Vorhersagen der Wirtschaftsinstitute für das Wirtschaftswachstum in Deutschland von 2,4% lässt die Branche weit hinter sich. "Damit setzt die deutsche Wellpappenindustrie die erfreuliche Entwicklung des vergangenen Jahres fort", freut sich Angelika Christ, langjährige Geschäftsführerin des VDW.

Wellpappe mit überdurchschnittlichem Wachstum

2006 schloss die Wellpappenindustrie mit einer Rekordmarke ab. Der Absatz übertraf erstmals die Grenze von 8 Mrd. m². Mit 8,2 Mrd. m² verkaufte die Branche 630 Mio. m² oder gut 8% mehr als 2005. Damit übertraf die Wellpappenindustrie im vergangenen Jahr die Wachstumsrate der deutschen Volkswirtschaft in Höhe von 2,7% um das Dreifache. Die Umsätze der Verbandsmitglieder stiegen im ersten Quartal 2007 durchschnittlich um 7,5% gegenüber dem ersten Quartal 2006. Im Vergleich zum letzten Vierteljahr 2006 beträgt das Wachstum 2,4%. Damit liegen die Umsatzsteigerungen etwas über dem Niveau, das die Wellpappenhersteller bereits 2006 erreichen konnten. "Mit der Erlössituation können wir trotzdem nicht zufrieden sein", erläutert Angelika Christ. "Obwohl die Branche für ihr Produkt inzwischen bessere Preise erzielt, können die Erhöhungen nicht die enormen Preissteigerungsraten der Lieferanten ausgleichen. Vielmehr öffnet sich die Schere zwischen Papierpreis- und Wellpappenpreiskurve immer weiter."

Kostendruck verteuert Wellpappe

Wellpappenrohmaterial macht den größten Kostenblock der Industrie aus. Bis zum März 2007 sind die Preise dafür seit dem Tiefstand im September 2005 um rund 35% gestiegen. Davon betroffen sind alle in der Wellpappenindustrie eingesetzten Papiersorten. So stiegen die Preise für braunen Kraftliner im genannten Zeitraum um 27%, für Testliner III um 49% und für Wellenstoff um über 50%. "Ein Ende der Preisspirale ist nicht abzusehen", so Christ weiter, "zumal die Nachfrage der Wellpappenindustrie weiter

Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
04/2007

erscheint am
15.8.2007

Anzeigenschluss:
1.8.2007

aus dem Inhalt:
Alles rund um
die Wellpappe!

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft

Vorschau
apr MAGAZIN,
Nr. 09/07

erscheint am
5.9.2007

Anzeigenschluss:
22.8.2007

aus dem Inhalt:
- Karton-
Erzeugung und
Verarbeitung
- Vorbericht zur
FachPack

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft

steigt. Unsere Auftragsbücher sind voll." Nach den Regeln des Marktes sollte Wellpappe also künftig teurer werden.

[zurück zum Inhalt](#)



apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

Bobst-Gruppe und FPT Robotik kooperieren



Das neue SERVO Greif System von FPT Robotik.

[Großansicht per Klick auf Bild!](#)

"Wir bieten ganzheitliche Lösungen im Peripheriebereich z. B. von Faltschattelklebemaschinen an. Von der automatischen Beschickung der Faltschattelklebemaschinen über die Verpackung von Faltschatteln aus Voll- und Wellpappe, Palettierung bis hin zum FTS - fahrerlosen Transportsystem. Klares Ziel dabei ist: Steigerung der Produktivität der Anlagen bei gleichzeitig höchstmöglicher Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit", so Hermann Müller, Geschäftsführer FPT Robotik. "Wichtig ist für uns nicht nur die Automatisierung einzelner Arbeitsschritte - wichtig ist die Analyse des Produktionsprozesses und des gesamten Materialflusses, um alle Potenziale der Produktivität auszuschöpfen. Dabei legen wir großen Wert auf die leichte Bedienbarkeit der Anlage, nach kurzer Schulung sind die Mitarbeiter in der Lage, die Anlagen zu konfigurieren und zu steuern. Kurze Rüstzeiten, verbunden mit hoher Flexibilität, bieten so ein hohes Maß an Wirtschaftlichkeit.

Jüngste Innovation von FPT Robotik im Bereich intelligenter Palettieretechnik ist ein so genanntes SERVO Greif System. Gerade für Packstücke mit spezifischen Anforderungen, wie z. B. offene Trays, bietet dieses System eine technisch hochentwickelte Lösung. Die Kombination aus Servoantrieben, leichten Carbonmaterialien und Vakuumtechnologie ermöglichte auch das Greifen schwieriger Packstücke. Schonende Handhabung der Packstücke und extrem leichte Bedienbarkeit der Anlage gehören zum Standard.

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

[zurück zum Inhalt](#)

[...hier bestellen!](#)

[apr-Sonderheft](#)

2. VDW erwirkt einstweilige Verfügung gegen Stiftung Initiative Mehrweg

Das Landgericht Hamburg hat Mitte Juni eine einstweilige Verfügung gegen die Stiftung Initiative Mehrweg (SIM) erlassen. Es untersagt damit die Verbreitung von Annahmen, auf deren Grundlage die Stiftung eine vergleichende Studie über die ökologischen und ökonomischen Eigenschaften von Kunststoff-Mehrwegsteigen in der Obst- und Gemüselogistik gegenüber Wellpappenverpackungen erstellen ließ ("Final Report - The Sustainability of Packaging Systems of Fruit and Vegetable Transport in Europe based on Life-Cycle-Analysis").

Unter Androhung einer Ordnungshaft von bis zu sechs Monaten oder einem Ordnungsgeld von 250.000 Euro im Einzelfall verbietet das Gericht zentrale Aussagen der Mehrweglobby, die sich unter anderem auf die Zusammensetzung der Wellpappe beziehen. Demnach darf nicht mehr behauptet werden, dass sich Obst- und Gemüsesteigen aus Wellpappe je 1000 Kilogramm Gewicht zusammensetzen aus 470 Kilogramm Halbzellstoff/Primärfasern, 330 Kilogramm Kraftliner und aus 90 Kilogramm Testliner/Sekundärrohstoffe.

In Bezug auf Entsorgung und Wiederverwertung von Obst- und Gemüsesteigen aus Wellpappe wird der Stiftung die Behauptung verboten, dass nur ca. 20% des Packstoffes wiederverwertet werden. Auch die Aussage, der Rest der gebrauchten Wellpappe (ca. 80%) werde in Müllanlagen verbrannt, ist ab sofort untersagt.

Schließlich darf die Stiftung Initiative Mehrweg im Rahmen eines Kostenvergleichs unterschiedlicher Transportsysteme nicht mehr behaupten, dass sich die Kosten für die zu Grunde gelegte Anzahl von

"Kartonkisten" bei einer Betrachtung des gesamten Lebenszyklus auf 3,8 Mio. Euro belaufen würden.

"Die von SIM veröffentlichte Studie gründet sich in wesentlichen Punkten auf falschen und wirklichkeitsfernen Grundannahmen", sagte Angelika Christ, langjährige Geschäftsführerin des Verbandes der Wellpappen-Industrie e.V. (VDW). "Wir freuen uns sehr, dass das Landgericht Hamburg der weiteren Verbreitung unsachlicher Behauptungen durch die Mehrweglobby einen Riegel vorgeschoben hat", so Christ weiter. "Wir hoffen, dass wir nun wieder zu einer sachlichen Diskussion über die Effizienz von Einweg- und Mehrwegverpackungen zurückkehren können."

[zurück zum Inhalt](#)



3. Emnid-Umfrage: "Wellpappe mit bestem Preis-Leistungs-Verhältnis"

Ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis steht bei Kunden ganz oben auf der Wunschliste der Eigenschaften von Transportverpackungen. Wellpappe gilt als der Packstoff mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das ist das wichtigste Ergebnis einer repräsentativen Imagestudie, die der Verband der Wellpappen-Industrie e.V. (VDW), Darmstadt, beim Bielefelder Meinungsforschungsinstitut TNS Emnid in Auftrag gegeben hat. Emnid führte im Februar und März 2007 insgesamt 500 Telefoninterviews mit Entscheidern aus Industrie, Handel und Politik durch. Die Untersuchung dokumentiert umfassend das aktuelle Image der Wellpappe als Verpackungsmaterial und vergleicht die Erkenntnisse mit der letzten Imagestudie von 2003. Die Meinungsforscher fragten jeweils nach dem Image der wichtigsten Packstoffe Vollpappe, Kunststoff, Metall, Holz, Schaumstoff, Papier und Wellpappe. Die Ergebnisse sind eindeutig: Bei fünf von zwölf abgefragten Kernkompetenzen erhält Wellpappe Bestnoten und verfügt damit insgesamt über das beste Image aller Verpackungsmaterialien. Neben dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis bescheinigen ihr die Befragten die leichteste Handhabung, die platzsparendste Lagerung, die größte Vielseitigkeit und die besten Wiederverwertungsmöglichkeiten.

In den vergangenen vier Jahren hat sich der Packstoff mit der Welle in der Imagerangliste der verschiedenen Transportverpackungsmaterialien vom zweiten auf den ersten Platz vorgeschoben, fanden die Meinungsforscher heraus. Die Spitzenwerte der Wellpappe betreffen Bereiche, die nach Angabe der Befragten besonders wichtig sind.

Einfachste Handhabung aller Packstoffe

Hohe Relevanz hat für die Befragten die einfache Handhabung. Ein Drittel der Befragten ist von ihren Handlungsvorteilen überzeugt, während nur gut ein Fünftel Kunststoffverpackungen eine ähnliche Leistungsfähigkeit zutrauen. Verwender in der gesamten Lieferkette erwarten eine leichte, flexible Transportverpackung, die trotzdem optimal schützt. Im Industrieunternehmen soll sich das Packgut reibungslos automatisch verpacken und im Einzelhandel wieder ebenso leicht auspacken und im Regal platzieren lassen - Anforderungen, die Wellpappe erfüllt.

Platz ist Geld. Darum halten die befragten Experten eine platzsparende Lagerung für sehr wichtig. Hier verfügt Wellpappe ebenfalls über das beste Image. Offensichtlich kommt in diesem Bereich der Vorteil eines Packstoffs, der aus Papier und Luft besteht, voll zum Tragen. Auch die Möglichkeit, das Material vielseitig einzusetzen, ist wichtig für Industrie und Handel - schließlich sind die Verpackungsaufgaben so unterschiedlich wie die Waren im Supermarkt.

Die Emnid-Studie bescheinigt der Wellpappe das beste Image im Bereich "vielseitige Verwendbarkeit", die damit den bisherigen Spitzenreiter Kunststoff auf den zweiten Platz verweist. Offenbar hat sich inzwischen die Erkenntnis verfestigt, dass bedarfsorientierte Konstruktionen in der Logistik des 21. Jahrhunderts ein entscheidendes Plus sind.

Ökoimage: Wellpappe schlägt Kunststoff

Auch in punkto Umweltverträglichkeit ist das Image von Wellpappe hervorragend. 88% der Befragten bescheinigen Wellpappe, dass sie nach Gebrauch leicht zu entsorgen ist. Drei Viertel sind von ihrer kostengünstigen Wiederverwertbarkeit überzeugt, und zwei Drittel meinen, dass die Verwendung von Wellpappe die Umweltressourcen schont. Besonders eindrucksvoll dokumentiert die Studie in diesem Bereich die Überlegenheit der Wellpappe gegenüber Kunststoff: Für ressourcenschonend hält Kunststoff lediglich jeder Fünfte. Während über 70% der Befragten von einer günstigen Ökobilanz des Naturprodukts Wellpappe überzeugt sind, sind es bei Kunststoff nur 11%. Und nur etwa ein Viertel glaubt, dass zur Produktion und Wiederverwertung von Wellpappe ein hoher Energieaufwand notwendig ist, während drei Viertel von einem hohen Energieaufwand bei Produktion und Wiederverwertung von Kunststoff ausgehen.

[zurück zum Inhalt](#)

— günstige Anzeigenpreise
— durch breitere Spalten
im ges. Gelegenheitsmarkt!

Druckspiegel

4. Gute Produktionssteigerung in der österreichischen Papierverarbeitung

Im Jahresbericht 2006 des Verbands der österreichischen Papier verarbeitenden Industrie (PPV Austria) spricht dieser von einer Produktionssteigerung um 3,8% auf 1,05 Mio. Tonnen. Die abgesetzte Produktion lag bei 1,8 Mrd. Euro (plus 7,1%). Die Ausfuhren konnten 2006 trotz der Produktion in ehemaligen Exportländern um 5,5% auf 1,18 Mrd. Euro gesteigert werden. Im Verpackungssektor (plus 5%) waren insbesondere die Wellpappenerzeuger (plus 7,3%) erfolgreich. Die Mitarbeiteranzahl veränderte sich mit 9300 (minus 0,3%) kaum. Unter Einbeziehung auch der nicht industriellen Unternehmen von PPV Austria hat die Papierverarbeitung 2006 etwa 2 Mrd. Euro umgesetzt und rund 10.000 Personen beschäftigt. Das Jahr 2006 war geprägt von Kostensteigerungen bei Rohpapier und Karton sowie Energie und Transport. Die Phase entsprechender Preisanpassungen durch die Papierverarbeiter ist noch nicht abgeschlossen, da es bisher nur zur teilweisen Weitergabe der Kostenerhöhungen über die Produktpreise gekommen ist. Weitere Preiserhöhungen bei Rohpapieren, Karton und sonstigen Werkstoffen der Papierverarbeitung sind angekündigt.

Mit Preisanhebungen durch die Papierverarbeiter, die bei einem Materialanteil von 50% diese Kostensteigerungen nicht selbst tragen können, sei zu rechnen. Im ersten Quartal 2007 war die Papier verarbeitende Industrie sehr gut beschäftigt. Für 2007 wird mit einer Fortsetzung der guten Konjunktur und Zuwächsen im Ausmaß der Entwicklung des Bruttonationalproduktes gerechnet. Neben den positiven Erwartungen sieht die PPV Industrie jedoch die dringende Notwendigkeit, auch eine den Produktionszuwächsen entsprechende Wertschöpfung zu erreichen.

[zurück zum Inhalt](#)

5. Quantensprung in die Zukunft - Klingele-Werk Hilpoltstein erhält neue Sechsfarben-Druckstanze

Die Klingele Papierwerke, Remshalden, einer der führenden europäischen Hersteller von Wellpappenverpackungen, hat seit der Jahrtausendwende über 100 Mio. Euro in ihre deutschen Produktionsstätten investiert. Im Vordergrund standen dabei die Erschließung neuer Kundengruppen und damit die Zukunftssicherung des Familienunternehmens. Bisheriger Höhepunkt dieser strategischen Investitionen: Das Klingele-Werk Hilpoltstein erhielt eine neue Druck-Stanz-Produktionslinie Masterline 2.1 des Schweizer Herstellers Bobst, bestehend aus den Kernmodulen Sechsfarben-Flexodruckmaschine Masterflex-L und Stanzautomat Mastercut 2.1.

Mit der Einrichtung der neuen Masterline 2.1 in Kombination mit weiteren Modernisierungen im Werk will Klingele Standards im Markt setzen: "Wir können jetzt ein Format von 1300 x 2100 mm verarbeiten", erläutert Geschäftsführer Dr. Jan Klingele. "Dadurch können wir gerade große Aufträge besser abwickeln, was uns einen großen Wettbewerbsvorteil im Markt verschafft." Zudem werden von den Kunden mehrfarbig bedruckte Verpackungen zunehmend verlangt. Die Inbetriebnahme der Maschine ist bereits erfolgt: "Wir produzieren bereits seit März diesen Jahres Verpackungen und konnten damit die Produktionskapazitäten deutlich ausweiten", berichtet Werkleiter Bernhard Harrer.

Tag der neuen Dimensionen

All diese neuen Errungenschaften sollen den Kunden - bestehenden wie potenziellen - nicht vorenthalten werden. Am 20. Juli 2007 findet deshalb ein Kundenevent unter dem Motto "Tag der neuen Dimensionen" mit einem Fachsymposium zu verschiedenen Themen rund um die Verpackung statt. Unter anderem referiert Peter Niggemeier, Leiter Zentrale Logistik bei der Rewe-Gruppe, über die Anforderungen an die Verpackung aus Sicht des Lebensmitteleinzelhandels. Um "Konsumentenpsychologie" geht es in dem Vortrag von Michael Schießl, Gründer und Geschäftsführer bei eye square. In die Technik der virtuellen dreidimensionalen Verpackungsgestaltung führen André König, Eigentümer, und Markus Plannerer, Geschäftsführer beim Softwarehersteller Erpa Systeme, ein. Neben einem Fachvortrag von Klaus Lüke, technischer Leiter der Klingele-Gruppe, lernen die Besucher der Veranstaltung die technischen Potenziale der neuen Masterline 2.1 im Rahmen von Werkführungen kennen. Ein Infostand der zentralen Entwicklungsabteilung der Klingele-Gruppe gibt Einblick in die Arbeit der Verpackungsentwicklung.

Die Klingele-Gruppe mit Sitz in Remshalden (Region Stuttgart) gehört nach eigenen Angaben zu den fünf größten Wellpappenherstellern in Deutschland und ist mit zwölf Standorten europaweit vertreten. Das Familienunternehmen wurde 1920 gegründet und verfügt neben seinem Hilpoltsteiner Zweigwerk noch über sechs weitere Produktionsstätten in Deutschland. Die Klingele-Gruppe erzielte 2006 mit rund 900 Mitarbeitern einen Umsatz von mehr als 200 Mio. Euro. Geschäftsführer Dr. Jan Klingele leitet das Familienunternehmen in dritter Generation.

[zurück zum Inhalt](#)

**Unser
Super-Stellenmarkt-
Kombiangebot !**

**2 Titel 25% Rabatt
3 Titel 35% Rabatt
ab 4 Titel 50% Rabatt
+
Online-Stellenmarkt**



**Verbreitung: 43.470
Nutzen Sie dieses
einmalige Angebot...**

...hier klicken!

6. Panther Wellpappe erhält Superstar in Bronze



Superstar Bronze für das Display Dove "pro age".

Erneut hat eine Displayentwicklung der Firma Panther Packaging, Tornesch, einen Superstar gewonnen. Den Superstar in Bronze erhielt das Display Dove "pro age". Der Superstar-Wettbewerb wurde zum 14. Mal im Rahmen der Display-Fachmesse für POS-Marketing in Frankfurt ausgetragen. Die Bewertung der Preisträger führte eine unabhängige Jury durch. Seit Beginn der Kampagne für "pro age", der sehr erfolgreichen, neuen Pflegeserie von Dove, ist die Botschaft klar: Schönheit kennt kein Alter.

Die ¼-Chep-Paletten und Bodendisplays wurden eigens für Dove "pro age" entwickelt. Die rechtsseitige Wölbung nimmt dabei die Form der Produktverpackungen auf, welche ihrerseits durch ihre Formgebung vor allem Weichheit und Wellness symbolisieren sollen. Flaschen, Dosen und Tuben der verschiedenen "pro age"-Produkte werden im Display in dafür gefertigte Ausstanzungen gesteckt; dazu dienen aus mehrlagig verklebter Doppelwelle hergestellte Trays.

Die Kampagne berücksichtigt, dass während der Laufzeit verschiedene Trays mit passenden Ausstanzungen benutzt werden, um die Sortimentsbreite optimal präsentieren zu können. Ein Offset-Dispersionslack mit Iriodin-Effektpigmenten gibt dem Druck einen metallischen und doch weichen Lichteffect.

[zurück zum Inhalt](#)

7. Flint Group stellt Konzept für wasserbasierte Verpackungsdruckfarben vor

Die bestehenden Druckfarbensysteme der zur Flint Group, Luxemburg, fusionierten Unternehmen bildeten die Grundlage für umfangreiche Forschungsarbeiten. Als Ergebnis stellte die Firma Anfang Juni 2007 ein neues, wasserbasiertes Druckfarben-Baukastensystem (Building Block Ink Technology) vor. Mit dem speziell für die Verpackungsindustrie entwickelten Premo-Konzept werden vielfältige Möglichkeiten und eine bessere Flexibilität bei der Rezeptierung optimaler Druckfarbensysteme geboten. Das Premo-System besteht aus einer ausgewählten Serie hochkonzentrierter und monopigmentierter Grundfarben, die durch funktionelle Verschnitte, leistungssteigernde Additive und Überdrucklacke ergänzt werden. Diese Bausteine können kombiniert werden. Die daraus gemischten wasserbasierten Druckfarben sind für die Segmente Wellpappe, Papiersäcke, Geschenkpapiere, flexible und Flüssigkeitsverpackungen sowie Briefumschläge und Servietten einsetzbar. Premo-Druckfarben sind speziell auf jede dieser Anwendungen eingestellt und sollen allen Anforderungen an Technologie und Echtheit gerecht werden.

[zurück zum Inhalt](#)



die Landkarte der apr



8. FEFCO veröffentlicht REACH-Richtlinien

Die FEFCO, der europäische Verband der Wellpappenhersteller, hat eine Publikation über REACH (Registrierung, Bewertung, Autorisation und Beschränkung von Chemicalien) veröffentlicht, die Richtlinien für Wellpappenbetriebe nennt. Pappenhersteller kaufen typischerweise Rohstoffe, die REACH betreffen. Altpapier ist von der Registrierung ausgenommen. Der REACH-Leitfaden der FEFCO enthält Regeln und Verpflichtungen für Betriebe und gibt praktische Informationen in Form von Checklisten und Standardbriefen für Lieferanten.

[zurück zum Inhalt](#)

9. "Forum Wellpappe" will Verpackung als Marketinginstrument darstellen

Das im Rahmen der Nürnberger Messe FachPack stattfindende Forum Wellpappe widmet sich in diesem Jahr dem Thema "Marketing und Verpackung". Dabei sollen Fragen beantwortet werden wie: Welchen Beitrag können Wellpappenverpackungen zur Absatzförderung leisten? Welche Rolle sollten sie im Marketingmix von Unternehmen aus Industrie und Handel einnehmen? Wie muss die Verpackung gestaltet sein, damit der Verbraucher zugreift? Diese Fragen bewegen Hersteller und Kunden gleichermaßen mit zunehmender Tendenz. Seit Jahren stoßen die Wellpappenhersteller auf eine steigende Nachfrage mehrfarbig bedruckter und markengerecht gestalteter Verpackungen sowie Displays und verkaufsfördernder Materialien wie Deckenhänger. Veranstaltet wird das Forum wie in jedem Jahr vom Verband der Wellpappen-Industrie (VDW), Darmstadt. Es findet am Mittwoch, dem 26. September 2007 um 11.00 Uhr statt. Durch die Veranstaltung führt WISO-Moderator Michael Opoczynski vom ZDF.

[zurück zum Inhalt](#)

10. Lothar Späth verleiht Innovationspreis "Top 100" an STI

Die Firma STI, Lauterbach, gehört zu den 100 innovativsten Unternehmen im deutschen Mittelstand. Das hat der diesjährige bundesweite Unternehmensvergleich "Top 100" ergeben. Im Rahmen der Wirtschaftsinitiative wurde bereits zum 15. Mal herausragendes Innovationsmanagement in mittelständischen Unternehmen prämiert. Lothar Späth, ehemaliger Ministerpräsident des Landes Baden-Württemberg, zeichnete das Lauterbacher Unternehmen Ende Juni bei einem Festakt in der Stuttgarter Phönixhalle mit dem begehrten Gütesiegel aus.



Prof. Dr. Frank Ohle (links) freut sich, von Lothar Späth die Auszeichnung als eines der Top 100 innovativsten Unternehmen in Empfang zu nehmen.

Der Mentor des Mittelstandsprojektes würdigt damit den Erfolg von STI in den fünf zentralen Kategorien "Innovationserfolg", "Innovationsklima", "Innovative Prozesse und Organisation", "Innovationsförderndes Top-Management" sowie "Innovationsmarketing". Vor allem im Bereich "Innovative Prozesse und Organisation" könne der international tätige Experte für Verpackungen und führende europäische Displayanbieter überzeugen.

Zu verdanken hat der Mittelständler diesen Erfolg unter anderem der nach eigenen Angaben größten Entwicklungsabteilung der Branche. Über 50 Designer und Produktentwickler arbeiten darin eng vernetzt in schlagkräftigen Teams an innovativen Lösungen. Aktuellstes Beispiel der Innovationskraft des Unternehmens ist ein Flexodirektdruck mit UV-Lackierung, der hochwertige Druckbilder auf Wellpappe erzeugen kann. Dieses Verfahren sei bei entsprechenden Auflagen weitaus kostengünstiger als ein Offsetdruck und daher vor allem für Regalverpackungen oder Displays interessant.

"Top 100" sucht und fördert mittelständische Unternehmen, die durch ihre innovative Kraft bestechen. Die Suche übernehmen Innovationsexperten der Wirtschaftsuniversität Wien unter der Leitung von Prof. Dr. Nikolaus Franke. Mit Hilfe eines Fragebogens erfassen die Fachleute zunächst das Innovationspotenzial der Bewerber, ein zweiter Fragebogen dient der Auswertung zentraler Aspekte des Innovationsmanagements.

Die individuellen Ergebnisse fasst Franke jeweils in einem ausführlichen Benchmarkingbericht für die prämierten Unternehmen zusammen. "So hat diese Auszeichnung für uns neben dem Imagegewinn noch einen ganz konkreten Nutzen", freut sich Prof. Dr. Frank Ohle, Vorsitzender der Geschäftsführung der STI Group.

"Für unsere Kunden stellen wir täglich unsere Kreativität und Innovationsfähigkeit unter Beweis. Eine Auszeichnung als Top 100-Unternehmen gibt uns die Bestätigung, dass neben hoher Kundenorientierung und Effizienz auch die Innovation einen herausragenden Aspekt in unserem Kompetenzprofil darstellt", so Prof. Ohle.

[zurück zum Inhalt](#)

**Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
04/2007**

**erscheint am
15.8.2007**

**Anzeigen-
schluss:
1.8.2007**

**aus dem Inhalt:
Alles rund um
die Wellpappe!**

**Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft**

**Vorschau
apr MAGAZIN,
Nr. 09/07**

**erscheint am
5.9.2007**

**Anzeigen-
schluss:
22.8.2007**

**aus dem Inhalt:
- Karton-
Erzeugung und
Verarbeitung
- Vorbericht zur
FachPack**

**Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft**

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: Hans-Gerd Koenen (verstorben), 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 +49 (0)6104 / 606 - 360
Papier- und Druckzeitschriften: 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. 54 von 1.1.2007 und für das apr Extraheft WELLPAPPE die Preisliste Nr. 2 vom 1.1.2007.

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 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:
(131. 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](#)

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 **WELLPAPPE** ist unzulässig. Der Herausgeber der apr **WELLPAPPE** 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"