



INHALT

1. Crimpack-Gruppe übernimmt Kartonagen Schwarzenberg
2. MM Packaging kauft Faltschachtelwerk in der Türkei
3. BTK und Roba gründen Roba Logistik Raubling
4. Kräftiges Umsatzwachstum mit Papier- und Pappewaren im ersten Halbjahr 2008
5. Smurfit Kappa mit kaum veränderten Erträgen und Umsätzen
6. Neuer Präsident für Amerika bei MarquipWardUnited
7. Investition in Neu-Isenburg erweitert Produktion bei Chesapeake
8. DuPont einigt sich im Patentstreit mit Cortron
9. Der FFI mit zwei neuen Mitgliedern
10. Stora Enso unterzeichnet erste Lizenzverträge für neuartige Pharmaverpackung
11. STI Design Award und Kongress "Display 2.0"
12. ACNielsen-Untersuchung: Verbraucher verlangen umweltverträgliche Verpackungen

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

VPK möchte Testlinerfabrik in Ostdeutschland bauen

- I. Kurz notiert
- II. Impressum
- III. Infos, Nutzungsrechte etc.

Archiv

Wer kann was liefern

Werbemöglichkeiten in der elektronischen apr PAPIER-ZEITUNG

Probeheft

Abonnement

1. Crimpack-Gruppe übernimmt Kartonagen Schwarzenberg

Die Crimpack-Gruppe hat zum 31. Juli 2008 die im Erzgebirge ansässige Kartonagen Schwarzenberg GmbH von der Golzern-Gruppe übernommen. Das Werk ist spezialisiert auf die Herstellung von schwerer Vollpappe in grauen, braunen und weiß gedeckten Sorten sowie auf die Weiterverarbeitung von bis zu vierfarbig flexobedruckten Kartonagen. Damit ist der neu erworbene Standort für Crimpack der erste mit eigener Rohmaterialherstellung. Kartonagen Schwarzenberg wurde 1868 gegründet und 1998 von der Golzern-Gruppe übernommen, die das Werk mit einer Investition von 25 Mio. Euro modernisierte. Im vergangenen Jahr hat Schwarzenberg mit einer Belegschaft von 150 Mitarbeitern rund 35.000 t Karton produziert und einen Jahresumsatz von etwa 26 Mio. Euro erwirtschaftet.

Die Golzern-Gruppe legte beim Verkauf nach eigenen Angaben großen Wert auf eine zukunftsorientierte und nachhaltige Weiterführung des Unternehmens. Die Geschäftsführung sah in Crimpack den richtigen Partner. Mit dem Kauf von Kartonagen Schwarzenberg erweitert die Crimpack-Gruppe ihr Produktprogramm und Know-how im Bereich der schweren Vollpappe und verfolgt damit ihre Strategie als Full Line-Anbieter. Die von Kurt H. Schumacher 1947 gegründete Crimpack-Gruppe wird heute in zweiter und dritter Generation von der Familie Schumacher geführt. Neben dem Hauptsitz in Ebersdorf gehören Werke in Bielefeld, Sonneberg, Nürnberg und Breslau/Polen zur Gruppe. Dort werden komplette Verpackungssysteme aus Well- und Vollpappe im Flexo- und Offsetdruck produziert. Mit dem neuen Werk in Schwarzenberg ist Crimpack nun an sechs Standorten vertreten und beschäftigt rund 1200 Mitarbeiter. Für 2008 strebt das Unternehmen einen Jahresumsatz von ca. 250 Mio. Euro an.

[zurück zum Inhalt](#)

...jetzt bestellen!



www.Kiwiplan.com



Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
05/2008

erscheint am
08.10.2008

Anzeigenschluss:
26.09.2008

aus dem Inhalt:
Alles rund um
die Wellpappe!

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft

Vorschau
apr MAGAZIN,
Nr. 10/08

erscheint am
01.10.2008

Anzeigenschluss:
24.09.2008

aus dem Inhalt:
- Wartung und
Instandhaltung
- Messe:
MAINTAIN,
München

Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft

VPK möchte Testlinerfabrik in Ostdeutschland bauen

Die belgische VPK Packaging Group hat Pläne, ca. 200 Mio. Euro in eine neue Papierfabrik zu investieren, in der ca. 300.000 t leichtgewichtige Wellpappenrohapiere hergestellt werden sollen. Als Produktionsstandorte sind zum einen das deutsche Zeitz in Sachsen im Gespräch, aber auch das polnische Wroclaw (Breslau). Die Bauzeit der Anlage soll bei zwei Jahren liegen, an eine Inbetriebnahme ist im Jahr 2011 gedacht. Im neuen Werk sollen 150 neue Arbeitsplätze entstehen und weitere 100 indirekte in der Nachbarschaft des Werkes. Insider meinen, es handele sich um eine 7,50 m breite Maschine, die Voith liefern werde.

Insgesamt wird sich die Papierproduktionskapazität von VPK Packaging dadurch auf 800.000 Tonnen erhöhen, was in etwa dem Papierverbrauch des Unternehmens entspricht. Die VPK Packaging Group würde damit zu einem integrierten Hersteller von Wellpappenverpackungen.

Insgesamt lag der Umsatz der VPK Packaging Group im Jahr 2007 bei 617 Mio. Euro, was einem Umsatzwachstum von 17% entspricht. 2008 hat das Unternehmen einen Displayhersteller, die Firma Saucas Europe, und einen Wellpappen verarbeitenden Betrieb, die Firma Smart Packaging Solution, beide in Belgien beheimatet, gekauft.

In Rumänien baut das Unternehmen für 16 Mio. Euro zurzeit eine Wellpappenfabrik, in der unter anderem auch Hülsen hergestellt werden sollen. Die Inbetriebnahme ist im September geplant. Insgesamt betreibt VPK Packaging 26 Werke in zwölf europäischen Ländern und beschäftigt 3000 Mitarbeiter. Vorstandsvorsitzender des Unternehmens ist Pierre Macharis.

[zurück zum Inhalt](#)



2. MM Packaging kauft Faltschachtelwerk in der Türkei

Mayr-Melnhof Packaging hat 60% der Anteile des türkischen Faltschachtelproduzenten Superpack mit Sitz in Izmir erworben. Mit der Akquisition von Superpack begibt sich MM in den dynamischen türkischen Verpackungsmarkt für Konsumgüter.

Superpack beschäftigt aktuell rund 120 Mitarbeiter und verarbeitet jährlich mehr als 8000 t Karton auf zwei Drucklinien im Offsetdruck. Seit bereits drei Jahren betreibt MM Packaging ein Verpackungswerk in Izmir zur Belieferung des wachsenden türkischen Marktes der multinationalen Tabakindustrie.

[zurück zum Inhalt](#)



3. BTK und Roba gründen Roba Logistik Raubling

Roba Logistik Raubling GmbH heißt die gemeinsame Tochter des Verpackungsherstellers Roba Corrugated GmbH & Co. KG, Raubling, und der BTK Befrachtungs- und Transportkontor GmbH, Rosenheim. Unter fachlicher und kaufmännischer Leitung der BTK übernimmt das mit gleichen Anteilen gegründete Unternehmen die innerbetriebliche Logistik der Roba Corrugated in Raubling.

Die Roba Packaging Group betreibt die Geschäftsbereiche "Offsetverpackungen & Displays" am Standort Alpirsbach und "Herstellung von Wellpappe" an den Standorten Zorbau und Raubling. Im Werk Raubling wurde nun der logistische Ablauf neu organisiert. "Wir erwarten uns vom gemeinsamen Tochterunternehmen Roba Logistik Raubling und den Investitionen in der Halle und dem Transportsystem eine deutliche Steigerung der Effizienz und Qualität der Logistik", sagt Gerhard Eller, Geschäftsführer des Bereichs Roba Corrugated. BTK und Roba beteiligten sich mit jeweils 50% an dem neuen Unternehmen.

Unter Leitung der BTK-Geschäftsführer Horst Gaida und Franz Weiss übernimmt die gemeinsame Tochter mit 17 Mitarbeitern im Dreischichtbetrieb werktäglich rund 1500 Paletten. Ab Übernahme reichen die Aufgaben von der innerbetrieblichen Werklogistik inklusive Lagerung bis zur Organisation der Transporte. "Wir planen die Abläufe mit unserer Erfahrung in Logistik und Spedition", sagt Gaida. "Als Bindeglied zwischen Hersteller und Kunde mit voller Verantwortung für die Logistik können wir die Transporte mit integrierten Konzepten zum Vorteil aller effizient gestalten."

Neue Lagerhalle und Transportsystem bei Roba Corrugated

Mit der 2000 m² großen neuen Lagerhalle und dem erweiterten vollautomatischen Transportsystem mit zwei Umreifungslinien mit direktem Anschluss in den Lagerbereich hat Roba Corrugated im Werk Raubling die Voraussetzungen für einen optimalen logistischen Ablauf geschaffen. "Wir sind froh, dass wir den engen Zeitplan einhalten konnten und vor Herbststeinbruch die Arbeiten an Halle und Transportsystem abschließen konnten", sagt Michael Hanicke, technischer Projektleiter für den Umbau.

Logistikkompetenz vor Ort

Mit dem eigenen Fuhrpark von 200 Sattelzügen und einem festen Stamm an Transportpartnern bietet BTK Komplettlösungen auf innerdeutschen und mitteleuropäischen Verbindungen. Bereits früher zählte der Rosenheimer Transportdienstleister Roba Corrugated zu seinen festen Kunden aus der Papierindustrie. Neben dieser Referenz waren vor allem die lokale Präsenz und die hohe logistische Beratungskompetenz ausschlaggebend für die Entscheidung von Roba Corrugated. Bereits vor der Gründung der neuen Gesellschaft gestaltete BTK die innerbetriebliche Werklogistik mit. "Die BTK hat mit Ihrem Einsatz Ablaufverbesserungen umsetzen können, die in Verbindung mit den Investitionen wesentlich dazu beitragen, dass unsere Ware nun noch zuverlässiger den Kunden erreicht," sagt Eller.

[zurück zum Inhalt](#)



Special
Start frei für die neue PM6



4. Kräftiges Umsatzwachstum mit Papier- und Pappewaren im ersten Halbjahr 2008

Die Branchenkonjunktur der Papier, Karton und Pappe verarbeitenden Industrie zeigt sich trotz nachlassender Wachstumsdynamik der deutschen Wirtschaft insgesamt äußerst robust. Wie die Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung (WPV), Darmstadt, mitteilen, sind die Umsätze mit Papier- und Pappewaren im ersten Halbjahr 2008 um 9,3% auf 9 Mrd. Euro gestiegen. Das Binnenwachstum betrug dabei 9,4%, während die Auslandsumsätze um 8,1% über dem entsprechenden Vorjahreszeitraum lagen. Verpackungen aus Papier, Karton und Pappe, die größte Warengruppe der Branche, konnten im Inland um 9,7% und im Ausland um 6,1% zulegen.

Die positive Umsatzentwicklung hat sich auch in der Beschäftigung niedergeschlagen. In den ersten sechs Monaten wurden 2,6% mehr Mitarbeiter in den überwiegend mittelständischen Betrieben der Papierverarbeitung beschäftigt als im vergangenen Jahr. Insgesamt arbeiten in der Branche knapp 82.000 Menschen.

[zurück zum Inhalt](#)

5. Smurfit Kappa mit kaum veränderten Erträgen und Umsätzen

Die irische Smurfit Kappa Group (SKG) hat im zweiten Geschäftsquartal 2008 einen kaum veränderten Umsatz von 1,846 Mrd. Euro (plus 1%) und einen operativen Gewinn von 156 Mio. Euro (minus 2%) erzielt. Aufgrund verschiedener Sondereinflüsse gelang es, den Gewinn vor Steuern auf 83 Mio. Euro (i. Vj.: 43 Mio. Euro) zu steigern. Der Gesamtgewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITA) lag im ersten Halbjahr bei 514 Mio. Euro. Diese wurden genutzt, um die Nettoverschuldung um 9% auf 3,285 Mrd. Euro zu verringern.

Gary McGann, der Vorstandsvorsitzende des Unternehmens, spricht von einer guten Leistung der europäischen Wellpappenbetriebe von Smurfit Kappa im ersten Halbjahr. Das Gesamtvolumen der verkauften Wellpappe ging im Jahresverlauf allerdings zurück. Genaue Zahlen nennt das Unternehmen nicht. Gründe seien eine verlangsamte Nachfrage in Europa und die Strategie der Gruppe, besonders auf attraktive Preisabschlüsse zu achten. Bei den Wellpappenrohpapieren sei es im ersten Halbjahr zu einem vergleichsweise scharfen Preiseinbruch von 60 Euro pro Tonne gekommen. In Verbindung mit steigenden Kosten für Energie und andere Einsatzfaktoren habe dies die Margen stark verringert.

Im ersten Halbjahr hat das Unternehmen im spanischen Valladolid eine Wellpappenrohpapierfabrik mit einer Kapazität von 130.000 Tonnen stillgelegt. Außerdem habe Smurfit Kappa marktbedingt auf die Produktion von 50.000 t Wellpappenrohpapieren verzichtet, im zweiten Halbjahr sollen weitere 30.000 Tonnen Wellpappenrohpapier aus Marktgründen nicht produziert werden.

Im mit Abstand größten Geschäftsfeld Packaging, in dem auch die Wellpappenrohpapierherstellung bilanziert wird, blieb der Umsatz fast unverändert bei 1,588 Mrd. Euro bei einem operativen Gewinn dieses Geschäftszweiges von kaum veränderten 148,5 Mio. Euro. Unberücksichtigt bei diesem Resultat sind die Finanzierungskosten. Eine getrennte Darstellung der Umsätze und Erträge von Erzeugung und Verarbeitung gibt der Konzern nicht.

Im weit kleineren Geschäftsfeld Spezialitäten stieg der Umsatz um 11 Mio. Euro auf 257,9 Mio. Euro bei einem operativen Gewinn von 21,6 Mio. Euro. Bei Verpackungen sei es gelungen, die Preise stabil zu halten, wobei die Hersteller von Wellpappenrohpapieren gleichzeitig weniger verdienten.

Aussichten

Insgesamt rechnet Gary McGann mit einem weiterhin schwierigen Jahr 2008, das durch eine schwächere Nachfrageentwicklung bei Wellpappe und eine deutlich höhere Inflationsrate geprägt sei. Die Gruppe sei allerdings gut positioniert, um überproportional gute Ergebnisse zu erzielen.

Der Aktienkurs

Der Aktienkurs von Smurfit Kappa ist mittlerweile auf 4,50 Euro zusammengebrochen. Nach einem Ausgabekurs von ca. 18 Euro stieg das Papier leicht auf 20,74 Euro (22. Mai 2007), fiel allerdings dann bei vergleichsweise niedrigen Umsätzen rasch auf 3,20 Euro (29. Juli 2008). Dies war auch von Insidern in dieser Schärfe nicht erwartet worden und spiegelt auch nicht die Ergebnisentwicklung im genannten Zeitraum wider. Über mögliche Gründe wird spekuliert. **G.B.**

[zurück zum Inhalt](#)



6. Neuer Präsident für Amerika bei MarquipWardUnited



Randy Lorenz

Randy Lorenz ist neuer Präsident bei MarquipWardUnited (MWU), zuständig für Nord- und Südamerika. Lorenz wird für den Verkauf aller Maschinen und Anlagen, den Ersatzteileservice und alle weiteren Serviceleistungen von MarquipWardUnited in Amerika verantwortlich sein. Außerdem übernimmt er die Verantwortung für den weltweiten Verkauf von Querschneidern und das von MWU übernommene britische Werk Apollo Sheeters. Der Mitinhaber von MarquipWardUnited, Robert H. Chapman, der gleichzeitig Vorstandsvorsitzender der Muttergesellschaft Barry-Wehmiller ist, betonte, dass die Umsätze von MWU mittlerweile bei über 250 Mio. US-\$ pro Jahr liegen.

[zurück zum Inhalt](#)



7. Investition in Neu-Isenburg erweitert Produktion bei Chesapeake

Jährlich zusätzlich 180 Millionen Verpackungen für multinationale wie auch kleinere Pharmaunternehmen kann die Firma Chesapeake im Werk Neu-Isenburg jetzt produzieren. Mit einer siebenstelligen Euro-Investitionssumme in eine neue Druckmaschine, die zudem neue Arbeitsplätze schafft, bekennt sich die börsennotierte amerikanische Gruppe zu dem wichtigen Standort nahe der Mainmetropole Frankfurt. "Unsere Position werden wir durch diesen Schritt weiter ausbauen, gleichzeitig bekennt sich damit unsere Muttergesellschaft eindeutig zum Produktionsstandort Neu-Isenburg", betont Ralf Burgdorf, Vertriebsleiter Deutschland bei Chesapeake Neu-Isenburg.

Nach der Eröffnung eines Produktionsstandorts in China im vergangenen Jahr liegt der Fokus der amerikanischen Gruppe wieder auf dem bedeutenden europäischen Markt. Als weltweit drittgrößtem Pharmamarkt kommt Deutschland dabei eine besondere Rolle zu, die nun durch die Investition bestätigt wird. Burgdorf: "Durch die neue MAN-Roland-Druckmaschine mit moderner UV- und Infrarot-Trocknung können wir die vorhandenen Kapazitäten nicht nur erheblich ausweiten, sondern gleichzeitig die Produktionskosten optimieren." Weitere periphere Investitionen werden in den nächsten Monaten folgen.

In Neu-Isenburg erwirtschaftete das Unternehmen zuletzt einen Umsatz in Höhe von 17 Mio. Euro und beschäftigt 150 Mitarbeiter. Zahlreiche namhafte Pharmaunternehmen haben den Standort auditiert. Standortvorteile des Werkes sind die zentrale Lage in Deutschland und die langjährigen guten Kundenkontakte. Im weltweiten Unternehmensverbund kann Chesapeake die gesamte Palette der Sekundärpackmittel für das Pharma- und Healthcare-Segment anbieten. Dazu zählen unter anderem Verpackungslösungen aus Karton, Etiketten und Beipackzettel, Spezialitäten wie Booklets, Faltschachteln mit integrierten Beipackzetteln (Easypack genannt) und Formen wie Wallet-Verpackungen. Hinzu kommen, und das sei heute besonders wichtig, Fälschungsschutzmaßnahmen bis hin zum konzerneigenen System (Protex).

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!

Know-how-Zentrum bei der Kreation von Verpackungslösungen ist das Chesapeake-Entwicklungszentrum in Nottingham, England. Hier werden Ideen und Vorstellungen von Kunden in praxisorientierte Lösungen umgesetzt. "Um nicht nur klassischer Hersteller von Sekundärpackmitteln für die Pharmabranche zu sein, hat Chesapeake eine komplette computergestützte 'Supply Chain-Lösung' erarbeitet. Das in house entwickelte 'Vendor Managed Inventory Programme' konnte bereits bei europäischen Pharmaherstellern implementiert werden", so Burgdorf weiter.



Artur Kitzinger, Leiter Produktion Chesapeake Neu-Isenburg (links),
und Ralf Burgdorf, Vertriebsleiter Chesapeake Neu-Isenburg

Großansicht per Klick auf Bild!

[zurück zum Inhalt](#)

8. DuPont einigt sich im Patentstreit mit Cortron

Der US-amerikanische Chemiekonzern DuPont, Wilmington, Delaware, hat Ende Juli den Patentverletzungsrechtsstreit mit der in Minnesota ansässigen Cortron Corporation beigelegt, der die thermische Plattenverarbeitungstechnologie "Cyrel Fast" von DuPont betraf.

In der zwischen beiden Unternehmen getroffenen Vereinbarung verpflichtet sich Cortron, die Herstellung von thermischen Flexodruckplattensystemen und die Bereitstellung aller Serviceleistungen, Ersatzteile und technischen Unterstützung für sämtliche Geräte, die zur thermischen Entwicklung von Flexodruckplatten verwendet werden, unverzüglich einzustellen. Die von Cortron hergestellten thermischen Plattenverarbeitungssysteme wurden bisher durch MacDermid Printing Solutions LLC unter dem Handelsnamen "Lava" vermarktet und verkauft.

Linda B. West, Vice President und General Manager von DuPont Imaging Technologies, kommentiert: "Wir freuen uns, dass sich Cortron umgehend bereit erklärt hat, die Herstellung der thermischen Verarbeitungssysteme Lava für MacDermid einzustellen, nachdem es von DuPont informiert worden war, dass die Geräte eines der DuPont-Patente verletzen."

Im Mai 2008 hatte DuPont bereits in dem Patentverletzungsverfahren gegen MacDermid Printing Solutions LLC in der Berufung vor dem U.S. Court of Appeals for the Federal Circuit gewonnen. Das Patent von DuPont, das Gegenstand dieses Verfahrens war, betraf thermisch entwickelte Flexodruckplatten. Im Berufungsurteil wurde an der Feststellung des vorinstanzlichen Gerichts, dass MacDermid die Patentverletzung nicht bestritten habe, festgehalten. Ebenso gab das Berufungsgericht an, dass "das vorinstanzliche Gericht korrekt entschieden hat, dass von DuPont eine hinreichende Wahrscheinlichkeit nachgewiesen wurde, dass MacDermid ein DuPont-Patent verletzt".

DuPont betrachtet dieses Urteil als wichtigen Fortschritt zur Durchsetzung einiger Patente, die seine thermische Flexodrucktechnologie Cyrel Fast schützen. Eingesetzt werden Cyrel Fast-Druckformen, um qualitativ hochwertige Druckmotive auf eine Vielfalt von Verpackungsmaterialien wie Papier, Karton, Wellpappe, Gefrierbeutel, Metall- und Kunststofffolien zu drucken.

[zurück zum Inhalt](#)

9. Der FFI mit zwei neuen Mitgliedern

Der Fachverband Faltschachtelindustrie (FFI), Frankfurt, hat seit Juni 2008 zwei weitere Faltschachtelunternehmen als Mitglieder. Es handelt sich um die Druckerei Bauer GmbH, Pfedelbach, sowie die Seufert Transparente Verpackungen GmbH, Rodgau. Die Druckerei Bauer GmbH wurde 1960 von Willi Bauer als Buchdruckerei gegründet. In dem Unternehmen, in dem 1966 der Offsetdruck eingeführt wurde, werden seit 1972 Faltschachteln gefertigt. Nachdem in den ersten Jahren hauptsächlich Kunden aus der Kfz-Zulieferbranche beliefert wurden, ist seit 1990 sukzessive der Anteil für Pharmazie, Kosmetik, Chemie und Nahrungsmittel erhöht worden. Heute beträgt der Anteil der Pharmakunden 50% der Produktion. Den zweiten Produktionszweig bildet der Digitaldruck, mit dem Just-in-time Nassklebe- und Selbstklebeetiketten und Kataloge als Loseblatt-Sammlungen mit zwei NexPress-Maschinen von Kodak hergestellt werden. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 75 Mitarbeiter und beliefert größtenteils nationale Kunden, darunter große Konzerne, mittelständische und kleinere Firmen. Zur Produktpalette zählen Faltschachteln, Sonderformen in Varianten und Displays in kleineren Abmessungen aus Vollpappe. Veredelungen und Spezialanwendungen werden mit externen Dienstleistern abgewickelt.

Die Seufert Transparente Verpackungen entwickelt und produziert seit über 30 Jahren individuelle, innovative und funktionale transparente Faltschachteln unter dem Namen Klarfaltbox. Von der PET-Folie über den Entwicklungsbereich und die Veredelungsabteilungen Sieb- und Offsetdruck zur Weiterverarbeitung geschieht dies unter Eigenregie des Unternehmens. Insbesondere mit der "weichen" Biegekante, eine Hochfrequenztechnologie, wurde der Name Seufert bekannt, da mit diesem Verfahren eine sehr gute maschinelle Befüllung dieser Faltschachteln ermöglicht wird, und grundsätzlich das Aufrichten von Kunststoffverpackungen vereinfacht wird. Als Experte in diesem Bereich bedient das Unternehmen alle Branchen von der Kosmetikindustrie bis zum Geschenkartikelbereich. Das Unternehmen beschäftigt 110 Mitarbeiter und arbeitet nach ISO 9001:2000.

[zurück zum Inhalt](#)

10. Stora Enso unterzeichnet erste Lizenzverträge für neuartige Pharmaverpackung

Stora Enso hat die ersten Lizenzverträge für die Verpackungslösung namens Pharma DDS (DDS steht für Discreet Dose Slider) in den USA und Europa unterzeichnet. Die Sharp Corporation und Stora Enso werden Vertragspartner sein für das Verpacken von pharmazeutischen Produkten in Pharma DDS-Schachteln. Gleichzeitig wurde eine Vereinbarung mit den Firmen Cadmus Whitehall Group und rlc packaging group zur Herstellung bedruckter und verarbeiteter Teile von Pharma DDS-Schachteln getroffen.

"Nur acht Monate nach Einführung von Pharma DDS in den Markt zeigen diese drei Verträge das große Interesse für das Produkt. Wir sind besonders erfreut über die Zusammenarbeit mit der Sharp Corporation und über die Möglichkeiten, Pharma DDS auf deren neuem Hochgeschwindigkeits MGS Stealth Cartoner produzieren zu können", erklärt Ismo Saarinen, Leiter des Bereichs pharmazeutische Lösungen bei Stora Enso.

Zielgruppen für Pharma DDS-Verpackungen sind Hersteller von Medikamenten sowie Nutrazeutika (medizinisch wirksame Lebensmittel). Pharma DDS unterscheidet sich laut Stora Enso von bisher existierenden Lösungen durch ihren 'einzigartigen' Verschlussmechanismus und ihre flexible Verwendbarkeit für verschiedene Verpackungslinien und Verschlussverfahren wie Heißsiegelung oder Klebung.

[zurück zum Inhalt](#)

11. STI Design Award und Kongress "Display 2.0"

Mit dem Display der Zukunft und der POS-Kommunikation von Morgen befassen sich in diesem Jahr die Teilnehmer des STI Design Awards und die Referenten eines Kongresses, der von der STI Group, Lauterbach, am 23. Oktober 2008 in Schloss Laubach (in der Nähe von Lich) angeboten wird.

Aufgabe des Designnachwuchses ist die Entwicklung einer länderübergreifenden, modularen Platzierung sowie ergänzender POS-Maßnahmen. Für je ein Produkt von Lego, Red Bull oder Unilever sollen zudem kommunikationskanalübergreifende Konzepte für die Produktpräsentation im Handel abgeleitet werden. Die eingereichten Arbeiten werden von einer unabhängigen Jury ausgewählter Experten unter Leitung von Prof. Dr. Hermann Diller, Inhaber des Lehrstuhls für BWL an der Universität Erlangen-Nürnberg, beurteilt.

Mit der Verleihung des mit insgesamt 6000 Euro dotierten Preises werden die Teilnehmer auf das Kongressprogramm am Folgetag eingestimmt. Referenten wie Olaf Gens, Leiter Marktforschung der Rewe AG, Michael Schießl von der Berliner eye-square GmbH, oder Hannes Streng, Geschäftsführender Gesellschafter BU Holding AG & Co. KG, Nürnberg (Obi-Märkte, Baustoff Union), diskutieren mit Referenten aus der Markenartikelindustrie über effiziente Konzepte und erfolgreiche Kampagnen. Hierbei geht es um 'Consumer Insights', 'Shopper'-Geografie in der Handelslandschaft, die Anforderungen des Handels und erfolgreiche POS-Kampagnen. Das detaillierte Programm finden Sie auf der Homepage.

www.sti-group.com

[zurück zum Inhalt](#)

12. ACNielsen-Untersuchung: Verbraucher verlangen umweltverträgliche Verpackungen

Umweltverträgliche Verpackungen spielen im Bewusstsein der Verbraucher eine immer größere Rolle. Dies ist ein zentrales Ergebnis einer Studie der Marketingberatung ACNielsen. Das Institut hatte im Rahmen einer Online-Befragung zu Jahresbeginn 26.000 Verbraucher in 47 Ländern befragt. Die internationale ACNielsen-Untersuchung mit dem Titel: "Packaging and the Environment" zeigt, dass besonders in Ländern mit hohem Öko-Bewusstsein der Bedarf an Verpackungen mit minimaler Umweltbelastung steigt. "Recyclingfähig", "biologisch abbaubar" und "sicher zu entsorgen" seien in solchen Ländern wichtige Attribute, die die Verpackung für die Konsumenten erfüllen muss. Daher würden statt Plastik und Styropor Materialien wie Karton, Papier oder Glas bevorzugt. "Kunststoffe, die nicht wiederverwertbar sind oder deren chemische Zusammensetzung zu Verfärbungen oder verminderter Produktqualität führen können, geraten langsam aber sicher ins Abseits", so Michaela Hockenberger, Director Marketing & Corporate Communications bei ACNielsen Deutschland.

Die Untersuchung hat weiterhin ermittelt, dass bis zu 60% aller Konsumenten in Deutschland, Österreich und der Schweiz bereit sind, aus Umweltgründen auf bestimmte Verpackungseigenschaften zu verzichten. Der Umweltschutz sei den Konsumenten in allen drei Ländern wichtiger als Wiederverwendbarkeit, leichter Transport sowie gute Stapel- und Lagerfähigkeit. "Verbraucher weltweit fordern von Einzelhändlern und Konsumgüterherstellern mehr Engagement für den Umweltschutz. Verpackungen stehen dabei zwar momentan noch nicht auf Platz eins der Prioritätenliste, aber die Tendenz ist klar vorhanden und kann von der Lebensmittelindustrie nicht ignoriert werden", so Hockenberger.

Wellpappe mit "grünem Image"

Wellpappe hat das Image einer sehr umweltverträglichen Verpackung. Das jedenfalls glauben Entscheider aus Industrie, Handel und Politik, wie eine letztjährige Emnid-Studie ergeben hat. Von 500 Befragten bescheinigten 88% der Wellpappe, dass sie nach Gebrauch leicht zu entsorgen sei. Drei Viertel meinten, sie sei kostengünstig wiederzuverwerten, und zwei Drittel meinten, dass die Verwendung von Wellpappe die Umweltressourcen schone. 70% der Befragten waren von einer günstigen Ökobilanz des Naturprodukts Wellpappe überzeugt. Nur etwa ein Viertel glaubte, dass zur Produktion und Wiederverwertung von Wellpappe ein hoher Energieaufwand notwendig sei.

[zurück zum Inhalt](#)

I. KURZ NOTIERT

USA

DuPont Packaging Graphics hat zum 15. September weltweit die Preise der unter dem Markennamen Cyrel gefertigten Flexodruckplatten um bis zu 10% angehoben. Das Unternehmen begründet die Preisaufschläge mit den erhöhten Kosten bei den ölbasierenden Rohstoffen sowie den gestiegenen Energie- und Frachtkosten. Die DuPont-Sparte Packaging Graphics ist der weltgrößte Lieferant von konventionellen und digitalen Flexodruckplattensystemen, umfassend Cyrel-Fotopolymerplatten, Cyrel Fast-Verarbeitungsanlagen, Sleeves, Montage- und Finishing-Produkte.

[zurück zum Inhalt](#)

II. 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 entsprechendes 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.

**Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
05/2008**

**erscheint am
08.10.2008**

**Anzeigen-
schluss:
26.09.2008**

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

**Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft**

**Vorschau
apr MAGAZIN,
Nr. 10/08**

**erscheint am
01.10.2008**

**Anzeigen-
schluss:
24.09.2008**

**aus dem Inhalt:
- Wartung und
Instandhaltung
- Messe:
MAINTAIN,
München**

**Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft**

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

a

[zurück zum Inhalt](#)

III. **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"

Start  Home