



WELLPAPPE



Allgemeine Papier-Rundschau

Home

Hilfe

Nr.: 01

23. Januar 2009

Erscheint 6 x im Jahr

www.apr-wellpappe.de

INHALT

1. Smurfit-Stone denkt darüber nach Gläubigerschutz zu beantragen
2. Seyfert kauft Mondi Packaging Emball SAS
3. Constantia Packaging AG soll teilweise verkauft werden
4. Mondi gibt zwei Werke an Model-Gruppe ab
5. Progroup AG nimmt Wellpappenwerk in England in Betrieb
6. BHS kooperiert mit Overseas Chinese Town Holdings
7. Gemeinsamer Auftritt von DuPont und EskoArtwork auf der Emballage 2008
8. Bob McLellan ist neuer FEFCO-Präsident
9. STI beteiligt sich an Studie zum Käuferverhalten
10. Casimir Kast will 2009 erst recht angreifen

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

MarquipWardUnited kurz vor der Übernahme von Agnati

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

Archiv

Wer kann was liefern

Elektronische apr Ausgaben:
Online-Werbung

Probeheft

Abonnement

1. Smurfit-Stone denkt darüber nach Gläubigerschutz zu beantragen

Die US-amerikanische Smurfit-Stone Container Coproration (SSCC), einer der weltweit größten Hersteller von Wellpappe und daraus hergestellten Packmitteln mit Sitz in Chicago, denkt darüber nach, Chapter 11 (dies entspricht etwa der deutschen Insolvenz) zu beantragen. Die Gruppe konnte Mitte Januar im scheinbar letzten Moment 7,3 Mio US-\$ an Zinsen aufbringen und hat ihre Gläubiger darüber informiert, infolge der rückläufigen Verkaufsentwicklung und mangels hinreichender Liquidität unter Umständen nicht in der Lage zu sein bis Ende November 2009 eine Umschuldung im Umfang von ca 750 Mio. US-\$ zu bewerkstelligen. Der Akteinkurs des Unternehmens fiel sehr stark auf ca. 4 Cent. Die Marktkapitalisierung liegt noch bei ca 10 Mio. US-\$.

Der Jahresumsatz 2008 von SSCC erreichte ca. 7,5 Mrd. US-\$, dem stehen 3,5 Mrd. US-\$ Schulden gegenüber, von denen dieses Jahr 316 Mio. US-\$ zurückgezahlt werden müssen. SSCC bemüht sich momentan, 750 Mio. US-\$ aufzutreiben, um für den Fall, dass das Unternehmen ein Insolvenzverfahren einleiten muss, über die damit verbundenen Aktionen die Kontrolle behalten zu können. Smurfit-Stone kann zu einem späteren Zeitpunkt Kapitel 11 der US-Konkursgesetzgebung in Anspruch nehmen, das die Gruppe vor dem Zugriff ihrer Gläubiger schützen würde, sofern es ihr gelänge, neue Finanzmittel zu finden. Zu den Gläubigern gehören unter anderem Deutsche Bank und JP Morgan.

Smurfit-Stone leidet stark uner dem Konsumrückgang in Nordamerika. Die Produktpalette umfasst Wellpappenschachteln für die gesamte Konsumgüterindustrie, vom Schwerkarton bis zur Pizzafaltschachtel. Im letzten Quartal 2008 hat der Konzern die Produktion um 15% gedrosselt. Er zählt weltweit 20.000 Beschäftigte an 150 Standorten. Am US-Wellpappenrohpapier-Markt hält SSCC nach eigenen Angaben einen Anteil von 13%.

Smurfit Stone hat mit dem irischen Unternehmen Smurfit Kappa nur noch den Namen gemeinsam. Ansonsten bestehen, so ein Smurfit Kappa Sprecher gegenüber der apr, keinerlei finanziellen oder anteilsmäßigen Verbindungen. Das Unternehmen hat weder Forderungen an SSCC noch zahlt es Gebühren für Patente oder Ähnliches. Auf dem deutschen Markt ist Smurfit-Stone, soweit bekannt, nicht vertreten. GB

[zurück zum Inhalt](#)



**Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
01/2009**

**erscheint am
18.02.2009**

**Anzeigen-
schluss:
06.02.2009**

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

**Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft**

**Vorschau
apr MAGAZIN,
Nr. 03/09**

**erscheint am
04.03.2009**

**Anzeigen-
schluss:
19.02.2009**

aus dem Inhalt:

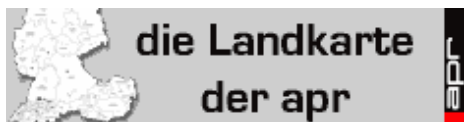
- Logistik und Software
- RFID Radio Frequency Identification

**Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft**

MarquipWardUnited kurz vor der Übernahme von Agnati

Die US-amerikanische Firma MarquipWardUnited (MWU) und der italienische Wellpappenmaschinenhersteller Agnati sind sich darüber einig, dass MWU das italienische Unternehmen übernehmen soll. Beide Seiten haben einen entsprechenden Letter of Intent unterzeichnet. In den nächsten vier Wochen wird ein Due Diligence-Verfahren durchgeführt. Nach Abschluss dieser Bewertung dürfte die Übernahme endgültig über die Bühne gehen. Die apr wird genauer berichten, sobald nähere Informationen vorliegen. MWU ist in den USA einer der großen Hersteller von Wellpappenanlagen und Verarbeitungsmaschinen in der Branche. G.B.

[zurück zum Inhalt](#)



2. Seyfert kauft Mondi Packaging Emball SAS

Das Familienunternehmen Seyfert, Reichenbach, hat Anfang Dezember die Aktien der französischen Mondi Packaging Emball SAS, Libercourt, übernommen und wird dieses Unternehmen unter dem Namen Seyfert Emball SAS als Tochtergesellschaft von Seyfert SAS weiterführen. Zu dem übernommenen Mondi-Unternehmen gehören zwei Tochtergesellschaften in Nantes und Lyon; bei einer von ihnen handelt es sich um einen Bogenverarbeiter, der in stärkerem Umfang die Automobilindustrie beliefert. Groß- und Schwerverpackungen sind Teil des Produktprogramms des Unternehmens.

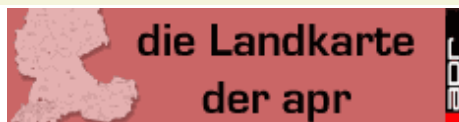
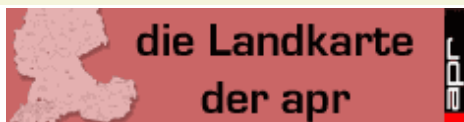
Seyfert Emball SAS betreibt drei Verarbeitungswerke in Frankreich mit einem Jahresumsatz von 26 Mio. Euro und beschäftigt 100 Mitarbeiter. Diese Akquisition steht in Übereinstimmung mit der Seyfert-Strategie, als starker Nischenanbieter mit zusätzlichem Service eine führende Position in diesem Segment einzunehmen, in einem harten Wettbewerbsumfeld erfolgreich bestehen zu können und die Marktposition in Frankreich auszubauen.

Außerdem hat Seyfert im November 2008 bei Seyfert Paper SAS eine seiner Papiermaschinen mit einem Investitionsaufwand von 16 Mio. Euro umgebaut. Ziel dieser Investition ist der Ausbau der Produktion von 175.000 t pro Jahr auf über 200.000 t pro Jahr und eine zusätzliche Qualitätsverbesserung. Seyfert Papier produziert Testliner und Wellenstoff mit einer flächenbezogenen Masse von 100 g/m² bis 220 g/m², vorwiegend für den französischen Markt.

Umsatz um 5% gesteigert

Seyfert betreibt nunmehr in Europa sechs Wellpappenwerke, vier Verarbeitungswerke, eine Papierfabrik und eine Dienstleistungsgesellschaft sowie ein Wellpappenwerk in Südafrika. Dabei erwirtschaften 1300 Mitarbeiter einen Jahresumsatz von kumuliert 310 Mio. Euro. Mit den Investitionen 2008 in Frankreich und den Erweiterungsinvestitionen in Gebäude und Stanzmaschinen im deutschen Werk Reichenbach 2009 sieht sich Seyfert gut gerüstet für die kommenden Jahre. Der Schwerpunkt der Investitionen liegt im Ausbau der Nischenprodukte Display und der zwei- und dreiwelligen Qualitäten Marke "seytec". In diesem Bereich nimmt Seyfert nach eigener Einschätzung eine führende Rolle im deutschen Markt ein. Während die Wellpappendivision trotz stagnierender Märkte den Umsatz um 5% gesteigert hat, wird der Umsatz der Papierfabrik preisbedingt um 12% abnehmen. Insgesamt erwartet Seyfert ein operatives Ergebnis über dem Vorjahresniveau.

[zurück zum Inhalt](#)



3. Constantia Packaging AG soll teilweise verkauft werden

Die Hauptbesitzerin der österreichischen Constantia Packaging (CP), Christine de Castelbajac, die 90% der Anteile der Constantia Packaging, Wien, hält, möchte 30% ihrer Aktien verkaufen. 10% der Anteile von CP sind börsennotiert. Christine Castelbajac ist Tochter des verstorbenen Gründers Herbert Turnauer. Geplant ist, bis Ende Februar unverbindliche Angebote einzuholen und im März detaillierte Offerten zu prüfen. Constantia Packaging hält unter anderem Anteile an Firmen wie Duropack und 90% an der österreichischen Firma Amag.

Christine Castelbajac musste im Zuge einer Immobilienkrise die Constantia Privatbank (CPB) verkaufen. Danach kauften fünf Banken das Institut für einen symbolischen Preis von einem Euro. Der Kurs der Constantia-Aktie fiel in den letzten sechs Monaten um etwa die Hälfte auf nun 20 Euro, und das gesamte Unternehmen notiert an der Börse mit ca. 340 Mio. Euro. 30% der Aktien ergäben demnach einen Verkaufspreis von 100 Mio. Euro. Strittig ist zurzeit, ob Constantia BV, die Holding von Constantia Packaging, für eine Verbindlichkeit der Constantia Privatbank in Höhe von 512 Mio. Euro garantiert. Sollte in einem Gerichtsverfahren Constantia BV zur Zahlung dieser Summe verurteilt werden, würden die erwarteten Verkaufserlöse kaum zur Deckung ausreichen.

► **Leserumfrage...**

Constantia Packaging dürfte im abgelaufenen Jahr 2008 einen Umsatz von voraussichtlich ca. 2,1 Mrd. Euro bei einem Gewinn vor Zinsen und Steuern von ca. 175 Mio. Euro erreicht haben. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen 8400 Mitarbeiter in 20 Ländern. Zu der Aktiengesellschaft gehört unter anderem die Duropack AG, die 13 Standorte in neun Ländern Mittel-, Ost- und Südeuropas betreibt. Daneben gehört dem Unternehmen unter anderem die Austria Metall AG (Amag), Ranshofen, einer der führenden Hersteller von Aluminiumhalbzeug- und Aluminiumgießereiprodukten für die weiterverarbeitende Industrie. Den dritten Geschäftsbereich bildet der Teil Constantia Flexibles.

[zurück zum Inhalt](#)

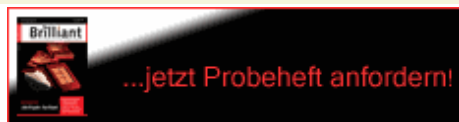
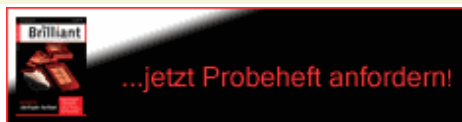


4. Mondi gibt zwei Werke an Model-Gruppe ab

Die Österreichische Mondi AG hat ihr Werk Mondi Niedergösgen AG, Niedergösgen, an die Schweizer Model-Gruppe, Weinfeld, verkauft. Die Geschäfte des Unternehmens weiterführen wird die neu gegründete Aarepapier AG, die das operative Geschäft der Niedergösgen AG übernimmt. In dem Werk produzierte Mondi ca. 160.000 t Wellpappenrohpa-piere auf Altpapierbasis. Die 90 Mitarbeiter des Werkes hat Model übernommen. Der Verkauf erfolgte nach Angaben von Mondi, um sich auf kostengünstige, integrierte Papierwerke zu konzentrieren. Model kann nun in den zwei Papierfabriken Niedergösgen und Weinfeld (Thurpapier) insgesamt 300.000 t Wellpappenrohpa-piere herstellen.

Außerdem kaufte Model von Mondi 70% der Entsorgungsanlage Niedergösgen AG (Reni). In dem Unternehmen werden unter anderem Produktionsabfälle der Papierfabrik verbrannt. Gleichzeitig versorgt Reni das Papierwerk mit Dampf. Insgesamt stellte die Model-Gruppe im Jahr 2007 ca. 650 Mio. m² Wellpappe, 27.000 t Vollpappeverpackungen und 25 Mio. m² kaschierte Wellpappenverpackungen her. Dabei beschäftigte das Unternehmen 2861 Mitarbeiter und erzielte einen Umsatz von 700 Mio. sfr.

[zurück zum Inhalt](#)



5. Progroup AG nimmt Wellpappenwerk in England in Betrieb

Die mit Stammsitz in Offenbach an der Queich ansässige Progroup AG expandiert weiter in Europa. Das Unternehmen hat in Ellesmere Port in der Nähe von Liverpool/England ein neues Wellpappenformatwerk gebaut, das im Januar den Betrieb aufnehmen sollte. Mit diesem und dem derzeit im polnischen Strykow entstehenden Formatwerk wird die Progroup 2009 ca. 820.000 t Wellpappenformate produzieren können. Damit avanciert die Unternehmensgruppe nach eigenen Angaben zum Marktführer für Wellpappenformate in Zentraleuropa. Am neuen britischen Standort wird eine 2,50 m breite Wellpappenanlage betrieben, die eine Arbeitsgeschwindigkeit von 350 m/min erreicht. Produziert werden Ein- und Doppelwelle mit den Qualitäten E, B, C, EB, und BC. Die Jahreskapazität beträgt 85.000 t. Das Werk bietet Arbeitsplätze für 50 Mitarbeiter.

Um die digitalen Geschäftsprozesse zu forcieren, wird auch Prowell Ltd. in Großbritannien in das CIM-System (Computer Integrated Manufacturing) implementiert sein. Damit verfügen alle Prowell-Wellpappenwerke der Progroup über eine Technologie, die die Vernetzung aller Werke ermöglicht. Der firmeneigene Internetmarktplat-z "e-box.de" dient zur Optimierung des Informations-, Waren-, und Zahlungsflusses. Damit sollen die prozessoptimierte Planung, Gestaltung und Lenkung von Produktion und Logistik möglich sein. Mit dem neuen Werk in England untermauert die Progroup ihre europäische Kundennähe und ihre Lieferfähigkeit in Europa.

Die Progroup AG gliedert sich in fünf Geschäftseinheiten: Propapier mit zukünftig zwei Papierfabriken und einer Kapazität von 1.000.000 t Wellpappenrohpa-pier, Prowell mit zukünftig sieben Wellpappenformatwerken und 820.000 t Wellpappenformaten, Prologistik mit zentraler Logistikdienstleistung, Proservice mit Marketing- und IT-Support sowie Profund mit Finanzdienstleistungen. An neun Standorten in Europa setzte die Progroup AG im Geschäftsjahr 2008 mit ca. 630 Mitarbeitern einen prognostizierten Jahresumsatz von ca. 475 Mio. Euro um.

[zurück zum Inhalt](#)

— Ihr starker Werbepartner
— einzige Druckfachzeitschrift mit
neutraler Leserstrukturanalyse!

Druckspiegel

6. BHS kooperiert mit Overseas Chinese Town Holdings

Die Firma BHS Corrugated, Weiherhammer, hat eine Kooperation mit der Overseas Chinese Town Holdings Limited unterzeichnet. In diesem Rahmen verkaufte der deutsche Maschinenbauer eine Wellpappenanlage an ein Tochterunternehmen von Overseas, die Firma Huizhou Huali. Bei der Zeremonie waren unter anderem Präsident und Geschäftsführer von Overseas Chinese Town, Ni Zheng, BHS-Geschäftsführer Lars Engel, BHS-Marketingleiter Chen Congyong und Thomas Feldmeier als für die Installation zuständiger Mann anwesend. Die Wellpappenanlage hat eine Arbeitsgeschwindigkeit von 250 m/min und eine Jahreskapazität von ca. 110 Mio. m².

BHS Corrugated betreibt mittlerweile elf Werke weltweit und gibt den eigenen Weltmarktanteil mit 50% an. Den chinesischen Markt will das Unternehmen mit besonders preisgünstigen Anlagen beliefern. Die neue Anlage soll im Mai 2009 in Betrieb gehen. BHS wird auf der im April stattfindenden Sino-Corrugated in Schanghai ausstellen.

[zurück zum Inhalt](#)



Special

Start frei
für
die neue
PM6

hier bestellen...

7. Gemeinsamer Auftritt von DuPont und EskoArtwork auf der Emballage 2008

Die Firmen DuPont Packaging Graphics und EskoArtwork, zwei der führenden Hersteller in der Flexodruck- und Verpackungsindustrie, melden hohe Besucherzahlen auf der Emballage 2008, der internationalen Verpackungsmesse, die vom 17. bis 21. November in Paris stattfand. Aufbauend auf einer langjährigen Zusammenarbeit, stellten DuPont und EskoArtwork Lösungen für eine Verpackungswertschöpfungskette vor, die auf Umweltverträglichkeit in puncto Verpackungsdesign, Druck und Produktion ausgerichtet ist. Markenhersteller, Drucksacheneinkäufer und Druckereien sind sehr an ökologischer Nachhaltigkeit interessiert, daher hatten DuPont und EskoArtwork auf der Fachmesse auch die Ergebnisse zweier im Peer-Review-Verfahren bewerteter Lebenszyklusanalysen (LCA) ausgestellt, die vor kurzem von DuPont veröffentlicht worden waren. Aus den Erkenntnissen dieser LCA geht hervor, dass der Einsatz des Flexodruckverfahrens im Vergleich zum Tiefdruck bei der Herstellung von flexiblen Verpackungen (Folienverpackungen) zu Reduktionen sowohl des Verbrauchs nicht erneuerbarer Energie als auch der Treibhausgasemissionen um bis zu 50% führen. In einer zweiten Studie wurde die thermische Plattenherstellung für den Flexodruck mit der lösemittelbasierten verglichen. Aus ihr geht hervor, dass die thermische Plattenherstellung à la Cyrel Fast zu einer Senkung des Verbrauchs fossiler Energie um bis zu 60% und zu einer Verringerung des Ausstoßes von Treibhausgasen in Höhe von bis zu 51% führt. Der vollständige Bericht zu " Life Cycle Assessment: Flexographic and Rotogravure Printing Comparison & Flexographic Plate Imaging Technologies " kann im Internet abgerufen werden.

"Nach unseren jahrelangen Beiträgen zur Verbesserung der Flexodruckqualität und der Produktivität hilft DuPont seinen Kunden nun dabei, die Umweltauswirkung seiner Produktionstätigkeit zu reduzieren", erklärte Pier Luigi Sassanelli, Marketing Manager von Packaging Graphics EMEA. "Bei den LCA-Studien handelt es sich um datengesteuerte Analysen, die die Ökoeffizienz des Flexodrucks und der Cyrel Fast-Technologie nachweisen."

Ein weiterer Schwerpunkt auf der Emballage 2008 war die Zusammenarbeit mit großen Tradeshops, Druckereien, weiterverarbeitenden Betrieben, Herstellern von Konsumgütern und Einzelhändlern zur Steigerung des Bewusstseins für bestimmte Schritte, die die Verpackungsindustrie zur Senkung ihrer Umweltauswirkungen unternimmt. Die Kooperationsprojekte sollen zeigen, wie die Vorteile der Umweltverträglichkeit des modernen Flexodrucks und der thermischen Cyrel Fast-Technologie zu den Umweltzielen der gesamten Wertschöpfungskette im Hinblick auf die Senkung der Treibhausgasemissionen und des Verbrauchs fossiler Energieträger beitragen, ohne die Druckqualität und den Markenschutz zu beeinträchtigen.



Der Stand von DuPont und EskoArtwork auf der Emballage 2008.

8. Bob McLellan ist neuer FEFCO-Präsident



Bob McLellan

Der Europäische Verband der Wellpappenhersteller (FEFCO), Brüssel, hat Bob McLellan zum neuen FEFCO-Präsidenten gewählt. Er ist Nachfolger von John Williams, der als Präsident und Vorstandsvorsitzender zur kanadischen Firma Domtar wechselt. Die Generalversammlung der FEFCO hat Phil Almond, der Präsident von SCA Packaging Europe ist, zum Vizepräsidenten und Schatzmeister gewählt.

Bob McLellan hat in den vergangenen 14 Jahren bei der DS Smith PLC gearbeitet. Er ist seit 2001 Vorstandsmitglied der Verpackungsdivision von DS Smith in Großbritannien, davor arbeitete er bei der Firma Reed Corrugated Cases. Er hat erfolgreich Aquisitionen und Integrationsprogramme für DS Smith durchgeführt. Bevor er zum Papier- und Wellpappensektor kam, hatte er verschiedene Positionen in der Glasindustrie inne.

McLellan ist seit Jahren aktiv in der Verbandsarbeit tätig und ist derzeit Präsident des Verbands der Papierindustrien in Großbritannien, der die Bereiche Papier, Wellpappe, Recyclingpapier und Tissue umfasst. Im Vorstand der FEFCO war er fünf Jahre. Außerdem wurde er von der Verpackungsindustrie in Großbritannien zum "CEO des Jahres" in 2007 gewählt.

Nach eigener Aussage will McLellan versuchen, die gute Arbeit früherer Präsidenten fortzusetzen, insbesondere Marktinitiativen, die das Umweltpotenzial von Markenartiklern, Großhändlern und Verbrauchern verdeutlichen, will er unterstützen.



Phil Almond

[zurück zum Inhalt](#)

9. STI beteiligt sich an Studie zum Käuferverhalten

Mit der Optimierung der Artikelstruktur am Regal und einfachen Orientierungshilfen können Absatz- und Umsatzzugewinne von mehr als 10% erreicht werden. Dies ist das Ergebnis eines im Herbst 2008 durchgeführten Feldtests in der Warengruppe Salzgebäck.

Hintergrund der Studie war die Annahme, dass die Abschöpfungsquote, also der Anteil der Personen, die aus den Hauptlaufgängen in einzelne Abteilungen kommen, stark ausbaufähig ist. Dies sollte vor allem für Waren, die häufig über Impulskäufe eingekauft werden und auf größeren Flächen stehen, gezeigt werden. Um den Beweis anzutreten, wurde in einem Kooperationsprojekt von Sweets Global Network e. V., München, und der Firma STI Group, Lauterbach, gemeinsam mit den Projektpartnern Edeka Südbayern und der Intersnack Knabbergebäck GmbH, Köln, ein Test durchgeführt, dessen Ergebnisse von der plan + impuls GmbH, München, analysiert und aufbereitet wurden.

Mit der Schaffung einer "shoppergerechten" Ordnung im Regal und optischen Hilfen zur Strukturierung der Kategorie (bessere Sichtbarmachung) konnten so bei unveränderter Fläche und Artikelanzahl deutliche Steigerungen in Absatz und Umsatz erreicht werden. Bei der von STI konzipierten "Feierabend"-Promotion stieg in Verbindung mit einer von Intersnack durchgeführten Sortimentsoptimierung der Absatz im letzten Monat der Testphase im Vergleich zur Vorphase um 7%, der Umsatz sogar um 13%.

Dies ist nach Aussage von plan + impuls-Geschäftsführer Manfred Frisch darauf zurückzuführen, dass durch die geordnete Struktur die Verbraucher einen besseren Überblick über das gesamte Sortiment erhalten und dadurch die Aufmerksamkeit auf höherpreisige und ertragsstärkere Produkte gelenkt wird.

**Unser
Super-Stellenmarkt-
Kombiangebot !**

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

Online-Stellenmarkt

Verbreitung: 44.068
**Nutzen Sie dieses
einmalige Angebot...**

...hier klicken!

Die Strukturierung der Kategorie nahm die Intersnack Knabbergebäck GmbH auf Basis des Know-hows zahlreicher Verbraucher-Studien vor, wobei sie die Warenpräsentation in einem Kreuzblock aus Unterkategorie- und Markenblöcken aufbaute.

Um die Aufmerksamkeit auf die Abteilung zu lenken, haben die Verkaufsförderungsspezialisten der STI Group zum Thema "Feierabend - mit Freunden genießen" einen Gondelkopf-Aufbau und Deckenhänger entwickelt. Zusätzlich konzipierten sie vertikale Regaltrenner und farbige Regalschienen, um die Suche und Orientierung innerhalb der Abteilung zu erleichtern.

Die begleitende Marktforschung führten die POS-Marktforscher von plan + impuls aus München durch. Dabei befragten sie "Shopper", Interessenten und Filialmitarbeiter und führten eine Videostudie über das Verhalten der Käufer vor dem Regal durch. Danach setzten sie die Abverkaufszahlen aus den insgesamt fünf Testoutlets und drei Kontrolloutlets in Bezug.

"Uns war es wichtig", so Prof. Dr. Frank Ohle, CEO der STI Group, anlässlich der Präsentation der Studienergebnisse auf dem Süßwarenkongress in Berlin, "neben den quantitativen auch die qualitativen Aspekte zu analysieren. Schließlich wollen wir mit unseren Verkaufsförderungskonzepten Shopper zu Käufern machen und diese nachhaltig begeistern."

Die Ergebnisse zeigen, wie so genannte Impulswarengruppen durch vergleichsweise einfache Maßnahmen deutlich gefördert werden können:

- Die Abschöpfungsquote, also der Anteil der Personen, die in die Abteilung kommen, erhöht sich durch die Deckenhänger und den aufmerksamkeitsfördernden Gondelkopf-Aufbau um 8%.
- Die Personen in der Abteilung haben bei unveränderter Aufenthaltszeit 5% mehr Kontakte mit Artikeln, beschäftigen sich also weniger mit "Suchen" vor dem Regal und mehr mit den Artikeln im Regal.
- Die "Shopper" und Interessenten bewerten die Maßnahmen überwiegend positiv und sehen vor allem bei der Suche und Orientierung deutliche Vorteile.
- Der Absatz im Vergleich zur Vorphase und den Kontroll-Outlets steigt um 4%, der Umsatz um 10%. Dabei zeigt sich, dass mit zunehmender Gewöhnung an die Maßnahmen gegen Ende des Testzeitraums diese Werte weiter ansteigen: Der Absatz erhöhte sich um 7%, der Umsatz um 13%.

In der Summe habe das Projekt gezeigt, wie selbst in einer impulsstarken Warengruppe wie Salzgebäck mit vergleichsweise einfachen Maßnahmen deutliche Steigerungsraten realisiert werden konnten, von denen die gesamte Warengruppe profitiert. Verkaufsförderung und Category Management seien damit zwei Stellgrößen, die zu einer echten Win-Win-Win-Situation führen: Der Shopper fühle sich wohl und könne sich leichter orientieren, die Markenartikelhersteller und Händler steigerten Absatz und Umsatz.

[zurück zum Inhalt](#)

10. Casimir Kast will 2009 erst recht angreifen

Als einen Erfolg bezeichnet Christian Oetker-Kast, Sprecher der Geschäftsführung der Casimir Kast GmbH & Co. KG, Gernsbach, das zu Ende gegangene Jahr 2008. Das Unternehmen ist mit seinen 120 Mitarbeitern auf die Herstellung von Verpackungen und Displays spezialisiert, die es aus Karton und Wellpappe fertigt. Der Umsatz konnte um 19% gesteigert werden, der positive Schwung aus den Vorjahren sei mitgenommen und damit die Planziele des Unternehmens für das Jahr 2008 erreicht worden. Genaue Zahlenangaben machte das Unternehmen nicht.

"2008 ist für uns ein Erfolg geworden, weil wir uns alle auf die Erfüllung unserer Ziele konzentriert haben", kommentiert Christian Oetker-Kast. Der Erfolg sei einerseits begründet in der konzentrierten Erfüllung der täglichen Aufgaben, andererseits in der konstruktiven Ausarbeitung und Umsetzung von Verbesserungsvorschlägen, die das Unternehmen im Verlauf des Jahres in Arbeitsgruppen identifiziert hat und an denen alle Mitarbeiter ihren Anteil haben.

Trotz des Erfolges mahnt Oetker-Kast, die gestiegenen Anforderungen und Marktbedingungen nicht aus den Augen zu verlieren. Es sei ein Kampf an zwei Fronten. Einerseits müsse das Unternehmen seine Preise bei den Kunden behaupten, andererseits dürfe es die veränderten Rahmenbedingungen auf der Rohstoffseite nicht außer Acht lassen.

Investitionen für 2009

In seinem Ausblick auf 2009 gibt sich Oetker-Kast kämpferisch. Zwar könne man den genauen Verlauf aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Lage nicht wirklich voraussagen. Aber man wolle sich nicht in die Depression fügen und den Kopf hängen lassen. "Jetzt werden wir erst recht angreifen", betont Oetker-Kast. Demnach werde das Unternehmen auch im kommenden Jahr rund 1,4 Mio. Euro investieren. Diese sollen zu einem Teil bei den Maschinen in die Erweiterung des Displaybereichs auf das 7er-Format fließen. Andererseits sollen damit Projekte zur Prozessoptimierung in Produktion und Verwaltung vorangebracht sowie das Marketing forciert werden.

Dazu Christian Oetker-Kast: "2009 wird ein anstrengendes und schweres Jahr, aber wir sind ein leistungsfähiges Unternehmen mit großartigen Mitarbeitern. Wenn wir alle an einem Strang ziehen, werden wir es schaffen."

[zurück zum Inhalt](#)

I. PERSONALIA



Richard Oegl

Phil Almond, der vor kurzem Präsident von SCA Packaging Europe wurde, hat seinen langjährigen Weggefährten **Richard Oegl** (47) zum Regional Managing Director und Vice President für die wichtigen Märkte Deutschland und Schweiz ernannt. Der Oberpfälzer, der in seiner Freizeit gerne musiziert und Theaterstücke schreibt, hat über 15 Jahre verantwortungsvolle Positionen in der Wellpappenbranche vorzuweisen. Der gelernte Industriekaufmann und ausgebildete Betriebswirt, mit dem Schwerpunkt Finanzwirtschaft, ist seit acht Jahren bei SCA Packaging im Headquarter Middle Europe tätig, zuletzt als General Manager für die deutschen Verarbeitungs- und Formatwerke und als Business Development Director. In dieser Zeit hat er umfangreich beim Aufbau der Region "Middle Europe" mitgewirkt. Vor seiner Wellpappenzeit verdiente sich R. Oegl seine Sporen in der Metall-, Elektro- sowie der Luftfahrtindustrie, bevor er zu seinem "Höhenflug" in der Wellpappenbranche startete. Sein Vorteil für SCA Packaging sind nicht nur seine guten Fach- und Marktkenntnisse, sondern auch die Tatsache, dass ihm keine Position, vom Außendienst, Verkaufsinendienst, kaufmännische Leitung, Finanzdirektor, General Manager verschiedener Standorte, Business Development Director bis jetzt zum überregionalen Managing Director, fremd ist.



Frank Gumbinger

Frank Gumbinger (39) ist seit 1. Januar 2009 neuer Finanzvorstand bei der Progroup AG, Offenbach an der Queich. Er verantwortet im Vorstand des Unternehmens das Finanzressort sowie die Felder Human Research, Recht und Supply Chain sowie Informationstechnologie. Der Diplomkaufmann schied zum Jahreswechsel aus der Ceag AG, bei der er bisher Finanzvorstand war, aus. Davor arbeitete er bei Price Waterhouse Coopers und der Firma Deltron. Vorstandsvorsitzender ist Unternehmensgründer Jürgen Heindl.

[zurück zum Inhalt](#)

**Vorschau
EXTRAHEFT
WELLPAPPE
01/2009**

**erscheint am
18.02.2009**

**Anzeigenschluss:
06.02.2009**

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

**Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft**

**Vorschau
apr MAGAZIN,
Nr. 03/09**

**erscheint am
04.03.2009**

**Anzeigenschluss:
19.02.2009**

**aus dem Inhalt:
- Logistik und
Software
- RFID
Radio Frequency
Identification**

**Bestellen Sie
hier Ihr
kostenloses
Probeheft**

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 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

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](#)

Elektronische apr Ausgaben: Online-Werbung