



**INHALT**

1. Edelmann übernimmt Mehrheit an mexikanischem Faltschachtelhersteller
2. Bobst mit Umsatzrückgang in 2008
3. Interview mit Manfred Aumann: Produktpackungen fördern Markenpräferenzen
4. Wepoba Wellpappenfabrik fertigt nach GMP-Standard
5. Deutscher Verpackungskongress 2009
6. 5. Novelle der Verpackungsverordnung: DIHK-Register vor Umsetzung
7. Kunden profitieren vom Zusammenschluss der Branchengrößen Henkel und National Adhesives
8. NürnbergMesse hat ehrgeizige Ziele
9. Nürnberger Verpackungs-Drillinge wieder am Start - FachPack wird 30
10. Siemens liefert Ausrüstungen für neues Progroup-Werk

**apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell**

Agnati weiter im Due Diligence-Verfahren mit Berry Wehmiller

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

**Archiv**

Wer kann was liefern

Elektronische apr Ausgaben: Online-Werbung

**Probeheft**

Abonnement

**1. Edelmann übernimmt Mehrheit an mexikanischem Faltschachtelhersteller**

Die Heidenheimer Edelmann-Gruppe hat mit Wirkung vom 24. Februar 2009 eine Zweidrittel-Beteiligung an dem mexikanischen Faltschachtelhersteller Graphopak GDG, S.A. de C.V. erworben. Das Unternehmen mit Sitz in Mexiko City wurde vor knapp 50 Jahren gegründet und hat sich auf die Herstellung hochwertiger Verpackungen spezialisiert. Derzeit produzieren rund 190 Mitarbeiter jährlich ca. 200 Millionen Faltschachteln für die amerikanischen Märkte.

"Der neue Standort in Mexiko liegt zentral auf dem amerikanischen Kontinent und bietet vielversprechende Perspektiven hinsichtlich der Belieferung wichtiger Märkte mit hochwertigen Faltschachteln", betont Dierk Schröder, Sprecher der Edelmann-Geschäftsführung. Zum einen verfüge die Region über rasch wachsende Märkte mit beachtlichen Volumina, zum anderen seien dort viele Kunden der Edelmann-Gruppe bereits erfolgreich tätig. Mit der Beteiligung an Graphopak setzt Edelmann die im Jahr 2002 begonnene Internationalisierung weiter fort. Zu den Auslandsaktivitäten gehören neben sechs Vertriebsniederlassungen in Frankreich, Polen, China, Großbritannien, USA und Ukraine drei Produktionsgesellschaften in Frankreich, Polen und China.



Die Firma Graphopak, die neue Mehrheitsbeteiligung von Edelmann in Mexiko City, wird von Direktor Alessandro Gálvez (rechts) geleitet und produziert mit 190 Mitarbeitern derzeit jährlich ca. 200 Millionen Faltschachteln für die amerikanischen Märkte.

**Vorschau  
EXTRAHEFT  
WELLPAPPE  
02/2009**

erscheint am  
15.04.2009

**Anzeigen-  
schluss:  
02.04.2009**

aus dem Inhalt:  
Alles rund um  
die Wellpappe!

Bestellen Sie  
hier Ihr  
kostenloses  
Probeheft

Vorschau  
apr MAGAZIN,  
Nr. 05/09

erscheint am  
06.05.2009

**Anzeigen-  
schluss:  
22.04.2009**

aus dem Inhalt:  
- Prozessauto-  
matisierung  
und Über-  
wachung  
- Energie-  
einsparung

Bestellen Sie  
hier Ihr  
kostenloses  
Probeheft

...jetzt bestellen!

Keppler's  
Kleines Fachwörterbuch  
für die Druck-, Papier- und Verpackungsbranche  
Druck - Papier - Packung

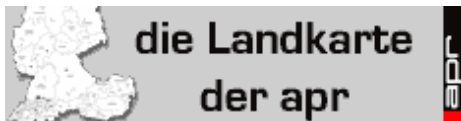
apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

## Agnati weiter im Due Diligence-Verfahren mit Berry Wehmiller

Der italienische Maschinenhersteller Agnati, welcher zurzeit 135 Mitarbeiter beschäftigt, ist weiterhin im Due Diligence-Prozess, der zum Ziel hat, Agnati an die Berry Wehmiller Holding bzw. deren Tochterunternehmen MarquipWardUnited (MWU) zu verkaufen. MWU hält an diesem Vorhaben fest. Beide Parteien arbeiten darauf hin, dass der Due Diligence-Prüfung in ca. sechs Wochen abgeschlossen werden kann. Ein Concordato Preventivo, ein dem US-amerikanischen Chapter 11 (Insolvenz) ähnlicher Prozess, streben beide Parteien nach Mitteilung gegenüber der apr nicht an. Ursächlich für die jetzige Situation ist dem Vernehmen nach eine dramatisch verschlechterte Auftragslage.

apr Aktuell - apr Aktuell - apr Aktuell

[zurück zum Inhalt](#)



## 2. Bobst mit Umsatzrückgang in 2008

Der Schweizer Bobst-Konzern musste im abgelaufenen Jahr 2008 einen Umsatzrückgang um 111 Mio. sfr auf 1,633 Mrd. sfr hinnehmen. Anfang des Jahres 2008 sei der Auftragsbestand exzellent gewesen. Bis September 2008 blieb dies im Wesentlichen so, dann allerdings brach der Auftragseingang bei allen Produkten und in allen geografischen Regionen abrupt ab.

In Europa machte das Unternehmen 56,4% seiner Umsätze (i. Vj.: 51,9%), in Amerika fast unverändert ca. 25%, in Asien und Ozeanien 17% (i. Vj.: 20,3%). Besonders deutlich rückläufig waren die Umsätze im Bereich Faltschachtelmaschinen. Hier setzte das Unternehmen 629 Mio. sfr (i. Vj.: 769 Mio. sfr) um. Bei flexiblen Materialien konnte Bobst seine Umsätze, bedingt durch die Übernahme von Fischer & Krecke (1.4.2008), um fast 70 Mio. sfr auf 400 Mio. sfr erhöhen. Bei Wellpappenmaschinen betrug der Umsatzrückgang 41 Mio. sfr auf 596 Mio. sfr. Rund 25% seines gesamten Umsatzes erzielte das Schweizer Unternehmen mit Ersatzteilen und Serviceleistungen.

Seinen endgültigen Nettogewinn will Bobst am 31. März veröffentlichen. Im Vorfeld weist das Unternehmen darauf hin, dass es hohe Einmalkosten für die Messe Drupa und die Integration von Fischer & Krecke gab, und diese den Gewinn negativ beeinflusst haben.

Im Jahr 2009 startete das Unternehmen mit vergleichsweise geringen Auftragsbeständen im Bereich Faltschachtelmaschinen und Wellpappenmaschinen. Im Bereich Maschinen für flexible Materialien sei der Auftragsbestand ähnlich wie zu Beginn des Jahres 2008.

[zurück zum Inhalt](#)

— Ihr starker Werbepartner  
— einzige Druckfachzeitschrift mit  
neutraler Leserstrukturanalyse!

Druckspiegel

### 3. Interview mit Manfred Aumann: Produktpackungen fördern Markenpräferenzen



Manfred Aumann,  
Verkaufsdirektor  
Zentraleuropa für  
den Bereich Karton bei M-real

*Die Branche der Kartonproduzenten und der Faltschachtelhersteller ist mit der Marktentwicklung und dem Auftragseingang für Produktpackungen aus Karton in Deutschland durchaus zufrieden. Welche Gründe gibt es hierfür?*

**Manfred Aumann:** Jedes Unternehmen unserer Branche hat seine eigenen Erfolgsfaktoren, aber insgesamt können wir davon ausgehen, dass Produktpackungen, speziell für Fast Moving Consumer Goods (FMCG), einen höheren Stellenwert im Media-Mix gewonnen haben. Zwei Aspekte finden dabei besondere Beachtung: Erstens ist die Produktpackung wohl die preisgünstigere Form der Kommunikation mit dem Konsumenten, was bei schrumpfenden Budgets für die klassische Werbung ein besonders attraktiver Faktor ist. Und zweitens fallen über 70% der Kaufentscheidungen erst am Verkaufsregal im Angesicht des Produkts bzw. seiner Verpackung. Diese Tatsache ist vielfach bewiesen. Fachleute beurteilen die Produktpackung sogar als wichtigstes Medium, wenn es um die Wiederkäufe von Produkten geht, also das zentrale Kriterium für dauerhaften Absatzerfolg.

*Es gibt immer noch – trotz all dieser Argumente – Zweifler. Welche Erklärungen haben Sie dafür?*

**Manfred Aumann:** Die Entwicklung einer Produktpackung, deren Gestaltung, Massenfertigung und Funktion in den Abpackprozessen sowie Logistikabläufen der Markenartikler sind anspruchsvolle, sich ständig aktualisierende Rahmenbedingungen. Ich kann nicht ausschließen, dass wichtige jüngste Entwicklungen – egal, ob in der Technik oder in der Konsumentenansprache – bei vielen Entscheidern bisher unzureichend bekannt sind. Ich denke dabei z. B. an die Potenziale aus den Erkenntnissen des Limbic-Modells der Gruppe Nymphenburg über die wirklichen Gründe, warum Kunden kaufen. Wenn man dies dann noch mit den Wünschen der Konsumenten, die am liebsten multisensuell und umweltorientiert angesprochen werden wollen, verknüpft, gelangt man zwangsläufig zu einem Review der eigenen Beurteilung der Funktionen und Bedeutungen von Produktpackungen. Zumal sich dabei, entsprechend kluges Vorgehen vorausgesetzt, Gesamtlösungen mit Kosteneinsparungen ergeben können.

*Was leistet Ihr Unternehmen, dass solche Potenziale für Produktpackungen genutzt werden können?*

**Manfred Aumann:** Unser Unternehmen und der Geschäftsbereich Consumer Packaging haben in den letzten Monaten eine Reihe von Meilensteinen in der Herstellung und Vermarktung von Karton gesetzt. Das M-real-Gesamtprogramm zur Optimierung unserer Produkte und Dienstleistungen, das für Innovation, Qualität, Sicherheit, Werthaltigkeit, Kreativität und Einzigartigkeit steht, ist dabei aber noch längst nicht abgeschlossen.

Wir haben unser Produktprogramm bereinigt sowie optimiert. Wir bieten jetzt fünf deutlich unterschiedliche Kartonqualitäten an. Dabei wurden Produkte mit überlappenden Einsatzgebieten aussortiert und neue bzw. verbesserte Qualitäten nach definierten Nutzungsprofilen perfektioniert. Damit wird die Entscheidung für Weiterverarbeiter, Packaging Designer und Markenartikler bei der Auswahl der spezifisch richtigen Qualität wesentlich einfacher und sicherer. Risiken der Über- oder Untererfüllung von Anforderungen an einer neuen Produktpackung an das Rohmaterial Karton werden weitestgehend ausgeschlossen, vorausgesetzt, wir wurden mit den wesentlichen Anforderungen an die Packung frühzeitig vertraut gemacht. Hierbei kann es sich um einzigartige Packungskonstruktionen, besonders kreative Bedruckungen oder Veredelungen, Besonderheiten bei der Warenpräsentation im Handel, Ansprüche an Geschmacks- und Geruchsneutralität, Aspekte zur Nachhaltigkeit und zum Recycling usw. handeln.

*Und wenn der Kunde umweltrelevante Kriterien vermitteln will, was soll er dann zu einer Kartonsorte erfahren?*

**Manfred Aumann:** Ich möchte einige generelle umweltrelevante Hinweise zu unserer Industrie geben. Die europäische Papier- und Kartonindustrie ist eine der nachhaltigsten Industrien. Es werden z. B. 50% des Energiebedarfs dieser Industrie aus eigener Biomasse gedeckt, was sie zum bedeutendsten Hersteller sowie Verbraucher von erneuerbaren Energien macht. Ebenfalls ist die Nachhaltigkeit der erzeugten Produkte vorbildlich. Für die Herstellung von Papier und Karton werden ausschließlich natürliche, nachwachsende Rohstoffe, nämlich Durchforstungs- und Restholz sowie Altpapier aus den Recyclingkreisläufen verwendet. Nicht zu vergessen ist, dass das nachhaltige Forstmanagement dieser Industrie dafür sorgt, dass die europäischen Waldflächen jährlich um ca. 6000 m<sup>2</sup> wachsen. Dies ist auch deshalb so bedeutend, weil Wälder große Mengen Sauerstoff produzieren und Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) bei ihrem Wachstum binden. Dieses im Holz gebundene CO<sub>2</sub> wird bei der Umwandlung in Frischfaserkarton nicht freigesetzt, auch nicht bei nachfolgenden Herstellungen von Recyclingkarton. Karton wirkt also wie ein CO<sub>2</sub>-Speicher.

Unser  
Stellenmarkt-  
Kombi-Angebot

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

Verbreitung:  
53.529

Nutzen Sie dieses  
einmalige Angebot!

Sie sprachen eingangs vom Carbon Footprint, von der CO<sub>2</sub>-Emission. Gibt es einen solchen CO<sub>2</sub>-Wert für neue Kartonprodukte?

**Manfred Aumann:** Ja, solche CO<sub>2</sub>-Werte und weitere umweltrelevante Parameter gibt es auch für die neuen Kartonqualitäten von M-real. Diese so genannten "Environmental Product Declarations" sind auf unserer Internetseite unter dem Suchgegriff "Product Profiles" zu finden, und dies für jeden Interessierten frei zugänglich.

Neben dem CO<sub>2</sub>-Wert finden andere Begriffe wie PEFC und FSC Einzug in die Umweltdiskussion. Was verbirgt sich hinter diesen Kürzeln?

**Manfred Aumann:** PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) und FSC (Forest Stewardship Council) sind unabhängige Organisationen, die eine nachhaltige, naturnahe Waldbewirtschaftung unter Gewährleistung ökologischer, sozialer und ökonomischer Standards zertifizieren. Zwischenzeitlich gibt es ca. 200 Mio. ha PEFC-zertifizierte und ca. 90 Mio. ha FSC-zertifizierte Wälder. Alle M-real-Fabriken sind nach dem PEFC-System zertifiziert und damit auch unsere Kartonqualitäten.

---

[www.m-real.com](http://www.m-real.com)

[zurück zum Inhalt](#)



#### 4. Wepoba Wellpappenfabrik fertigt nach GMP-Standard

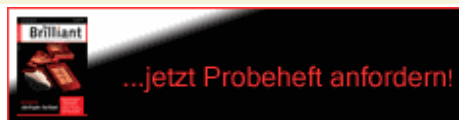
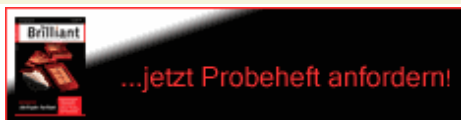
Höchste Qualitätsstandards, Sicherheit und Hygiene seien in der Produktion aller Werke der Unternehmensgruppe oberstes Gebot, erklärt die Panther Packaging GmbH & Co. KG, Tornesch. In Verfolgung dieser Zielsetzung hat sich die Wepoba Wellpappenfabrik den strengen Regeln des International Good Manufacturing Practice-Standards und dem damit einhergehenden Audit unterzogen. Seit Januar 2009 ist diese Fertigungspraxis im Werk in Wustermark zertifiziert. Mit dieser Zertifizierung dokumentiert der familiengeführte Unternehmensverbund seine Vorreiterrolle bei der qualifizierten Herstellung und Verarbeitung von Wellpappenprodukten.

Die Wepoba Wellpappenfabrik in Wustermark hat das GMP-Audit sorgfältig vorbereitet. Gemäß den FEFCO-GMP-Richtlinien wurden Arbeitspläne und Maßnahmen festgelegt, deren bestimmungsgemäße Durchführung dann im Januar 2009 durch den Germanischen Lloyd geprüft wurde. Die derzeit gültigen Zertifikate bestätigen Wepoba die Umsetzung eines integrierten Managementsystems nach DIN EN ISO 9001, 14001 und HACCP und jetzt auch FEFCO-GMP. Weitergehende Unternehmensstandards der Panther-Gruppe mit Blick auf so wichtige Faktoren wie Produktsicherheit, Instandhaltung, Ordnung oder Pünktlichkeit und Sauberkeit sowie eine Kontaminationskontrolle sind in das GMP-Projekt einbezogen.

Voll- und Wellpappe sind bevorzugt auch als Packmittel für Lebensmittel, pharmazeutische und kosmetische Produkte im Einsatz – zumeist aber nicht im direkten Kontakt mit den Nahrungs- und Genussmitteln. Mit zunehmenden Marktforderungen nach bestmöglicher Sicherheit werden immer konkretere Maßnahmen formuliert. FEFCO und ESBO haben in ihrer Funktion als Repräsentanten europäischer Voll- und Wellpappenhersteller daraus den Schluss gezogen, dass entsprechende Schritte notwendig sind, um den Kundenanforderungen nach höchster Qualität und Sicherheit im Vorfeld entgegenzukommen. In vier Hauptarbeitsgruppen haben die Mitglieder der FEFCO seit Jahren daran gearbeitet, verschiedene Hygienestandards zu erarbeiten, in denen GMP berücksichtigt oder auch ein Hygienekodex und (national gültige) technische Standards und Protokolle für Hersteller entstanden.

"Die Herstellung von Verpackungen aus Voll- und Wellpappe ist so zu gestalten, dass die Forderungen des Marktes nach hygienischer Produktion – wie sie in der Lebensmittelindustrie bestehen – erfüllt werden" – mit diesem Zitat ist der Anwendungsbereich des GMP-Standards definiert.

[zurück zum Inhalt](#)



## 5. Deutscher Verpackungskongress 2009

Am 7. und 8. Mai 2009 veranstaltet das Deutsche Verpackungsinstitut (dvi) in Berlin zum vierten Mal den Deutschen Verpackungskongress. In diesem Jahr stehen vor allem die Themen "Sicheres Wachstum", z. B. in neuen Märkten oder durch neue Verpackungen, auf der Agenda. Die hochkarätigen Referenten wollen deutlich machen, wie Innovationen, Investitionen und Optimierungen zu Markterfolg und damit zu wirtschaftlichem Wachstum führen.

Unter anderem werden sprechen Rainer Frerich-Sagurna, technischer Geschäftsführer von Kellogg Deutschland, Wolf-Dieter Baumann, Geschäftsführer bei Oystar Holding, Dr. Hanno M. Bästlein, Vorsitzender des Vorstandes der Constantia Packaging AG. Stattfinden wird der Deutsche Verpackungskongress 2009 im neu gestalteten Tagungsbereich des Steigenberger Hotel Berlin. Ausführliche Informationen im Internet.

- - -

[www.verpackungskongress.de](http://www.verpackungskongress.de)

[zurück zum Inhalt](#)

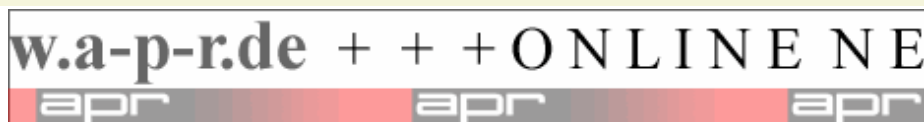


## 6. 5. Novelle der Verpackungsverordnung: DIHK-Register vor Umsetzung

Das Register der Vollständigkeitserklärungen (VE) beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) hat zum 1. Februar 2009 den Echtbetrieb aufgenommen. "Damit steht ein zentrales Element der 5. Novelle der Verpackungsverordnung vor der Umsetzung", betont Michael Wiener, Vertriebsdirektor der Duales System Deutschland GmbH (DSD). "Wir haben in den vergangenen Wochen unser Know-how und unsere technischen Ressourcen dazu genutzt, den DIHK beim Aufbau seiner Plattform wirksam zu unterstützen. Das VE-Portal ist absolut sicher und benutzerfreundlich."

Da bislang offenbar nur das DSD technisch in der Lage ist, Daten in diesem Umfang zu generieren, steht eine letzte Bewährungsprobe noch aus: Mehrere duale Systeme müssen Daten eines einzigen Kunden, der seine Verpackungen auf verschiedene Dienstleister aufgeteilt hat, überspielen können. "Das konnten wir bisher leider nicht realitätsnah überprüfen", so Wiener, "da nicht alle Systeme Daten an die Plattform melden." Im Mai 2009 müssen Hersteller zum ersten Mal eine Vollständigkeitserklärung über ihre Verkaufsverpackungen erstellen. Die Vollständigkeitserklärung dient als Nachweis über Menge, Material, Vertriebs- und Entsorgungswege der in Verkehr gebrachten Verpackungen. Sie wird auf der Internetplattform des DIHK zusammen mit den Mengendaten der Systembetreiber dualer Systeme hinterlegt. Nur die Vollzugsbehörden, also die Umweltministerien der Länder, haben Zugriff auf alle Daten und können dadurch wirksam die Einhaltung der Verpackungsverordnung kontrollieren.

[zurück zum Inhalt](#)



## 7. Kunden profitieren vom Zusammenschluss der Branchengrößen Henkel und National Adhesives

Im Anschluss an die Übernahme des britischen Chemiekonzerns ICI durch Akzo Nobel zu Beginn des vergangenen Jahres gab Henkel im April 2008 die Übernahme der zu ICI gehörenden Klebstoffgeschäfte von National Starch (National Adhesives) sowie der Electronic Materials-Geschäfte bekannt. Henkel und National verfügen gemeinsam über einen reichen Erfahrungsschatz und über eines der breitesten Klebstoff- und Technologieangebote am Markt. Geballte Man-Power in Forschung und Entwicklung macht es möglich, neue Rohstoffe zu testen, einzigartige Klebstofftechnologien zu entwickeln und für industrielle Verfahren anwendbar zu machen. "Diese Übernahme markierte einen Meilenstein für Henkel. Wir können jetzt unseren Kunden ein umfassendes Portfolio von Lösungen bieten", erklärt Jean Fayolle, Corporate Senior Vice President Industrial Adhesives, Henkel. "Bei der Integration legen wir besonderen Wert auf einen reibungslosen Übergang für Kunden unseres gesamten Industrieklebstoff-Portfolios."

Neben dem technischen Know-how bieten die Größe des neuen Teams und die globale Präsenz des Unternehmens weitere Vorteile für den Kunden. Die kombinierten Ressourcen machen es möglich: Ein integriertes Team liefert Klebstofflösungen für alle Industriemärkte der Welt und steht Interessenten mit Rat und Tat zur Seite. Ein erweiterter Vertrieb, Techniker vor Ort sowie lokale Kundendienst-, Verfahrens- und Technologieteams garantieren laut Henkel einen Servicestandard hoher Qualität.

Mit dem Zusammenschluss stehen für Henkel-Kunden in allen Bereichen neue Klebstofftechniken zur Verfügung: Bauwesen und Möbelindustrie, Verpackung, Etikettierung, flexible Verpackung, Papierverarbeitung, Hygiene, grafische Industrie, Tissueindustrie sowie Klebebänder und Selbstklebeetiketten. Zwei dieser innovativen Produkte sind Easy-Pac und Aerobond.

Mit dem Easy-Pac-Klebstoffsystem bietet Henkel Verpackungsherstellern eine Komplettlösung, die den Einsatz eines Hotmelts (Heißleim) mittels eines speziellen Auftragsystems schon bei niedrigen Applikationstemperaturen ermöglicht und damit die Produktivität von Verpackungslinien deutlich steigert.

Seinen Kunden stellt Henkel die Easy-Pac-Dosiereinheit mit integriertem Auto-Fill-System kostenlos zur Verfügung, inklusive Ersatzteilgarantie – ein ideales System für Verpackungshersteller in der Lebensmittelindustrie.

Zu Aerobond gehört ein patentiertes Aufschäumssystem mit einem Kaschierklebstoff, das die Leistungen von Pappe- und Kartonherstellern deutlich optimieren kann. Die über das Gerät in den Klebstoff eingeschleusten Luftblasen reduzieren den Klebstoffverbrauch bei Beschichtung und Litho-Beschichtung.



Easy-Pac - das Komplett-Klebstoffsystem

Großansicht per Klick auf Bild!

[zurück zum Inhalt](#)

## 8. NürnbergMesse hat ehrgeizige Ziele

Die NürnbergMesse GmbH, Veranstalter unter anderem auch der FachPack, startete mit ehrgeizigen Wachstumszielen ins neue Jahr: "Bis zum Jahr 2020 wollen wir auf der Basis unserer beschlossenen Strategiefortschreibung unseren Umsatz von zuletzt 150 Mio. Euro auf 300 Mio. Euro verdoppeln und eine der zehn größten Messegesellschaften der Welt werden", erklärt Geschäftsführer Bernd A. Diederichs. Der Standort Nürnberg spiele dabei eine zentrale Rolle und solle zum fünftgrößten Messe- und Kongressplatz Deutschlands entwickelt werden, so der neue Aufsichtsratsvorsitzende der NürnbergMesse, Markus Söder, Bayerischer Staatsminister für Umwelt und Gesundheit. Söder kündigte an, dass bis 2020 rund 300 Mio. Euro in den Erwerb von Messen und Messeveranstaltungen im In- und Ausland und den Ausbau des Messe- und Kongresszentrums Nürnberg investiert würden. Bis Herbst 2010 soll beispielsweise ein vollkommen neuer Eingangs-, Service- und Kongressbereich entstehen. Insgesamt will die NürnbergMesse in den Jahren 2009 und 2010 über 55 Mio. Euro in das Messe- und Kongresszentrum Nürnberg investieren.

Derzeit belegt Nürnberg in Deutschland Platz sieben hinter den Messegesellschaften Frankfurt, Düsseldorf, Hannover, München, Berlin und Köln, aber deutlich vor Stuttgart, Leipzig und Essen. Das Portfolio umfasst über 100 internationale Fachmessen und Kongresse am Standort Nürnberg und weltweit.

Von Finanzmarktkrise und Konjunkturabschwung sei bei der NürnbergMesse derzeit nicht viel zu spüren, erklärte Geschäftsführer Diederichs auf der Jahrespressekonferenz Ende Januar. "Wir gehen optimistisch in das Jahr 2009. Unsere internationalen Fachmessen im ersten Halbjahr sind im Plan, zum Teil sogar leicht darüber", so Diederichs. Eine Aussage zum zweiten Halbjahr sei erst in einigen Wochen möglich. Durch das Aussetzen der Fachmesse BRAU Bevale in einem ohnehin ungeraden und damit schwächeren Messejahr 2009 sollten etwaige negative konjunkturelle Auswirkungen nur einen geringen Einfluss auf das Ergebnis 2009 haben. 2010 soll es dann bereits wieder aufwärts gehen. "Messen gehören zu den Branchen, die mit als letztes von einem Abschwung betroffen sind. Dafür profitieren sie von einem Aufschwung mit als erste", erklärt Diederichs. Insgesamt erwartet der Nürnberger Messechef für das Messejahr 2009 ein Umsatzvolumen von 130 bis 150 Mio. Euro.

[zurück zum Inhalt](#)

## 9. Nürnberger Verpackungs-Drillings wieder am Start - FachPack wird 30

30 Jahre – die Verpackungsmesse FachPack ist erwachsen geworden und lädt vom 29. September bis 1. Oktober 2009 zur "Geburtstagsparty", gemeinsam mit PrintPack (Verpackungsdruck/ Packmittelproduktion) sowie LogIntern (Interne Logistik). Veranstalter MesseNürnberg rechnet mit gut 1300 Gästen auf Aussteller- und 34.000 auf Besucherseite. Sie kommen, wie die Vergangenheit zeigt, vorwiegend aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Benelux, Italien, Frankreich und den Wachstumsmärkten Mitteleuropas.

Besonders wohl fühlen sich in Nürnberg die vorwiegend mittelständischen Hersteller von Packstoffen, Packmitteln und Packhilfsmitteln, die weit über ein Drittel der Aussteller stellen. Sie stehen gemeinsam mit den Anbietern von Verpackungsmaschinen im Zentrum der Aufmerksamkeit. Die Hälfte der FachPack-Besucher interessiert sich speziell für Packstoffe/Packmittel, weitere 27% für Packhilfsmittel (Mehrfachnennungen).

## **Packmittelmarkt Deutschland**

18,5 Mio. t Packmittel (plus 5 %) wurden 2007 in Deutschland hergestellt, so der Gemeinschaftsausschuss Deutscher Verpackungshersteller (GADV) in der Industrievereinigung Kunststoffverpackungen (IK). Dabei verteilen sich die Werkstoffanteile am Verpackungsmarkt wertmäßig wie folgt: Kunststoffe 43%, Papier, Karton und Pappe 32%, Metalle (Aluminium, Weißblech) 19%, Glas 6%. Dabei hat Kunststoff die höchsten Wachstumsraten. 2007 gingen 4 Mrd. t Kunststoffe in den Verpackungsmarkt (plus 5%). Die wichtigsten Wachstumsbereiche waren PET-Getränkeflaschen, Flaschen für Milchgetränke und Becher.

Papier, Karton und Pappe für Verpackungen verzeichneten 2007 mit rund 9,6 Mio. t noch ein Wachstum von 3,5%. Für 2008 meldet der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP) ein Minus von 2,3% auf 9,3 Mio. t. Ein Rekordabsatzjahr war 2007 für die Faltschachtelindustrie mit einem Plus von 11,3% auf 881.000 t (Fachverband Faltschachtel-Industrie, FFI). Auch der Verband der Wellpappen-Industrie (VDW) freute sich 2007 über ein Plus von 4,5% auf 8,6 Mrd. m<sup>2</sup>. Nach Schätzungen ging der Absatz 2008 aber um 1,8% auf 8,4 Mrd. m<sup>2</sup> zurück. Auch in diesem Jahr wird mit einem Rückgang gerechnet, vor allem wegen der schwächelnden Automobilindustrie.

Die Produktionsmenge von Metallverpackungen erreichte 2007 mit 1,7 Mio. t einen Zuwachs von 4,7% (Verband Metallverpackungen, VMV). Erstmals nach Einführung der Pfandregelung hatten Getränkedosen deutlichen Anteil an der Produktionssteigerung. 430.000 t Aluminium (plus 4,8%) wurden zu Verpackungen verarbeitet. Der Marktanteil von Aluminium am Getränkedosenabsatz in Deutschland stieg auf rund 50% (Gesamtverband der Aluminiumindustrie, GDA). Vor der Einführung des Pflichtpfandes waren in Deutschland 90% aller Getränkedosen aus Weißblech. Heute werden jährlich rund eine Milliarde Getränkedosen hergestellt mit hohen Zuwachsraten von 10%.

Im Markt für Behälterglas dominierte die Getränkeflasche mit 67% von insgesamt 4,08 Mio. t, gefolgt von Lebensmittelverpackungen (25%) und Glas für Pharma und Kosmetik (8%). 2007 wurden noch 4% Wachstum erzielt, so das Aktionsforum Glasverpackung in der Fachvereinigung Behälterglasindustrie. Ende 2008 schwächte sich der Markt deutlich ab.

## **Innovationen im Packmittelmarkt: (Fast-) Alleskönner RFID**

Forschungsschwerpunkte der Packmittelhersteller sind Haltbarkeit, vor allem von Lebensmitteln, Produkt- und Fälschungsschutz sowie Rückverfolgbarkeit sensibler Güter wie Medikamente. Beispiel "Lifestyle"-Medikamente, die das Wohlbefinden verbessern sollen: Vor allem über das Internet werden gefälschte Produkte verbreitet, die im besten Fall unwirksam sind, aber auch ernsthafte Gesundheitsrisiken bedeuten können. Hier steht beispielsweise die Entwicklung kostengünstiger RFID-Tags auf der Prioritätenliste ganz oben. Von ihnen wird mehr Funktionalität erwartet, als sie der Barcode bieten kann. RFID-Chips können Daten zur Fälschungssicherheit und Rückverfolgbarkeit speichern und durch passiv auslesbare Sensorik z. B. Temperaturschwankungen in der Kühlkette überwachen. Zur Kostensenkung wird RFID-Technik in den Produktionsprozess von Verpackungen integriert. Dafür kann aluminiumhaltiges Packmaterial, das als Folie auf Tablettenblisten oder Beschichtung oft bereits vorhanden ist, für die "Chip-Antenne" genutzt werden. Eine Herausforderung für die Entwickler ist allerdings die hohe Geschwindigkeit in der Packmittelproduktion von rund 200 m/min. Die Prozesse müssen perfekt angepasst werden, damit der präzise platzierte, mit der Antenne verbundene Chip mechanischen Belastungen wie Druck oder Biegung, wenn das Material auf Rollen gewickelt wird, standhält.

## **Nanopartikel in der Verpackung informieren über Frischegrad**

Ein weiteres Forschungsfeld mit großem Einfluss auf die Packmittelentwicklung ist die Nanotechnologie. Dieser Sammelbegriff für verschiedenste Technologien ist am besten bekannt durch den Lotus-Effekt, eine Antihaft-Beschichtung. Im Verpackungsbereich interessieren vor allem Nanopartikel, die z.B. als Beschichtung von Packmaterialien oder als Schicht in mehrlagigen Folien eingesetzt werden. So informieren an das verpackte Produkt angepasste Nanopartikel-"Sensoren" in der Folie durch Verfärbung über den Frischegrad. Ein Anti-Beschlag-Effekt kann bei Oberfolien von Tiefziehverpackungen ebenso genutzt werden wie bei Scheiben von Kühltheken, so dass sich Scheibenheizungen erübrigen. Im Non-Food-Bereich hilft die Oberflächenglättung durch aufgedampfte Nanopartikel beim besseren Leeren von Behältern für Haushaltsreiniger oder Chemikalien. Vor allem in der Produktion von Kunststofffolien wird die Nanotechnologie angewendet. Nano-Composites als Füllstoffe ermöglichen Materialeinsparungen durch optimierte mechanische Eigenschaften wie Reißfestigkeit bei geringerem Gewicht. Gleichzeitig können geeignete Füllstoffe die Barrierewirkung der Folien verbessern. Gerade besonders preiswerte Materialien wie HDPE und LDPE (Polyethylen hoher bzw. niedriger Dichte) mit ihrer geringen Barriere gegen Sauerstoff und Wasserdampf profitieren von der Nanotechnologie.

## 10. Siemens liefert Ausrüstungen für neues Progroup-Werk

Die Progroup AG, Offenbach a.d.Q., hat Siemens beauftragt, den neuen Produktionsstandort für Wellpappenrohppapier im brandenburgischen Eisenhüttenstadt mit Energie- und Elektrotechnik auszurüsten. Die Papierherstellungslinie mit einer Kapazität von 650.000 Jahrestonnen wird von der Progroup-Tochter Propapier PM 2 GmbH & Co KG betrieben werden. Siemens liefert dafür die elektrotechnische Ausrüstung auf der Basis der Lösungsplattform Sipaper. Bestandteil des Projekts ist auch ein neues Heizkraftwerk, mit dessen Hilfe aus Papierreststoffen Energie für die Papierfabrik erzeugt werden soll. Das Auftragsvolumen liegt im zweistelligen Millionen-Euro-Bereich. Das Projekt soll im Oktober 2010 abgeschlossen sein.

Mit der Papierfabrik Propapier GmbH in Burg, Sachsen-Anhalt, betreibt die Progroup in Deutschland bereits einen Standort für die Herstellung von Wellpappenrohppapieren. Durch das neue Werk wird die Kapazität der Gruppe auf rund 1 Mio. t pro Jahr ansteigen. In Eisenhüttenstadt sollen zukünftig aus Altpapier die Sorten Wellenstoff und Testliner in Grammaturen von 70 bis 110 g/m<sup>2</sup> produziert werden. Die neue Papiermaschine PM 2 verfügt über eine Arbeitsbreite von ca. 11 m und ist für eine Produktionsgeschwindigkeit von 1900 m/min ausgelegt.

### Mehrmotorenantrieb mit weltweit höchster Leistungsdichte

Das Projekt stellt hohe Anforderungen an die eingesetzte Antriebs- und Regeltechnik: So wird beispielsweise der Tambour bei einem Durchmesser von 5 m ein Gewicht von 160 t aufweisen. Für die Papierlinie liefert die Siemens-Division Industry Solutions die elektrotechnische Ausrüstung auf der Basis der für Zellstoff- und Papierfabriken entwickelten Plattform Sipaper. Dazu gehört ein Mehrmotorenantrieb mit einer installierten Gesamtleistung von 30 MW und Einzelleistungen bis zu 3,6 MW. Der Mehrmotorenantrieb verfügt über die größte Leistungsdichte, die laut Siemens bisher in Niederspannungstechnik realisiert werden konnte. Möglich wird dies durch das neu entwickelte "Power Infeed"-Verfahren. Dieses Konzept erlaubt die Einspeisung großer Energiemengen bei reduzierten Investitionskosten und geringerem Stromverbrauch bei gleichzeitig erhöhter Verfügbarkeit. Ebenfalls zum Lieferumfang gehören Energiesparmotoren, Geafol-Trafos, neue Niederspannungsschaltanlagen vom Typ Sivacon S8 sowie 20-kV- und 6-kV-Mittelspannungsschaltanlagen.

Zur Energieversorgung der neuen Papierfabrik errichtet die Progroup-Tochter Propapier GmbH ein neues Kraftwerk, das mit Kohle sowie mit Reststoffen aus der Altpapieraufbereitung und anderen Ersatzbrennstoffen betrieben werden kann. Das Kraftwerk mit einer Feuerungswärmeleistung von 150 MW wird nach Fertigstellung von EnBW betrieben und soll die Papiermaschine vollständig mit Dampf und größtenteils mit Strom versorgen. Dabei erfolgt die Stromerzeugung mit Hilfe einer von Siemens gelieferten 25-MW-Dampfturbine vom Typ SST-300. Die Industriedampfturbine im Wert von über 8 Mio. Euro wird in Brünn/CZ gefertigt und 2010 ausgeliefert. Die elektrotechnische Ausrüstung des Kraftwerks komplettiert den Lieferumfang von Siemens.



Computeranimierte Darstellung des neuen Produktionsstandorts der Progroup AG in Eisenhüttenstadt (Quelle: Progroup)

Großansicht per Klick auf Bild!

## I. KURZ NOTIERT

### Deutschland

#### Berichtigung:

In unserem apr Extraheft Wellpappe Nr. 1/2009 publizierten wir auf Seite 44 einen Beitrag über die **Firma Cargill** mit dem Titel "Additiv zur Verbesserung der Klebstoffrheologie". Dabei wurde der Markenname des neuen Produktes nicht korrekt wiedergegeben. **Das neue Produkt heißt C\*RheM und nicht CPRheM.** Es handelt sich um ein Additiv auf Basis nachwachsender Rohstoffe zur Optimierung der Klebstoffrheologie.

### "Gemeinsam neue Wege gehen" lautet das Motto der diesjährigen Logistik-Jahresveranstaltung der Miebach Consulting GmbH, die vom 23. bis 24. April 2009 im Hilton Dortmund stattfindet.

Eröffnet wird das Seminar von Ralf Schränkler, SAP, mit einem Vortrag zum Thema "Aktuelle Trends und Möglichkeiten des SAP EWM (Extended Warehouse Management)". Weitere Experten informieren über die neuesten Lösungen und Anwendungsmöglichkeiten aus den Bereichen Intralogistik, Logistikplanung & Controlling sowie Vertrieb, Versand und Transport. Besonderes Glanzlicht: die direkte Anbindung von SAP an das Simulationstool "Plant Simulation". Weitere Informationen und Anmeldung zur zweitägigen Veranstaltung bei Miebach Consulting.

---

khaledpour@miebach.com

Vorschau  
EXTRAHEFT  
WELLPAPPE  
02/2009

erscheint am  
15.04.2009

Anzeigen-  
schluss:  
02.04.2009

aus dem Inhalt:  
Alles rund um  
die Wellpappe!

Bestellen Sie  
hier Ihr  
kostenloses  
Probeheft

Vorschau  
apr MAGAZIN,  
Nr. 05/09

erscheint am  
06.05.2009

Anzeigen-  
schluss:  
22.04.2009

aus dem Inhalt:  
- Prozessauto-  
matisierung  
und Über-  
wachung  
- Energie-  
einsparung

Bestellen Sie  
hier Ihr  
kostenloses  
Probeheft

Am 1. April fällt der **Startschuss für den Deutschen Verpackungspreis 2009**. In der 32. Auflage dieses Wettbewerbs sucht das Deutsche Verpackungsinstitut (dvi) wieder nach zukunftsweisenden Verpackungsideen. Der renommierte Preis richtet sich an Hersteller, Entwickler, Designer und Verwender neuartiger Verpackungslösungen und fördert den kreativen Nachwuchs der Branche. Anmeldeschluss ist der 1. Juli 2009. Der Deutsche Verpackungspreis wird in insgesamt sieben Kategorien vergeben: Verkaufsverpackungen; Transport; Display- und Promotion; Design, Ausstattung und Veredlung; Prototypen; Maschinenteknik; Nachwuchspreis. Verliehen wird der Preis am 28. September mit einer Sonderschau im Rahmen der FachPack in Nürnberg. Weitere Informationen im Internet.

- - -

[www.verpackungspreis.de](http://www.verpackungspreis.de)

[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](http://www.kepplermediengruppe.de)  
[info@kepplermediengruppe.de](mailto:info@kepplermediengruppe.de)

Geschäftsführung: Eckhart Thomas

Redaktion: Dipl.-Kfm. Gerhard W. Brucker (Chefredakteur)  
[g.brucker@kepplermediengruppe.de](mailto:g.brucker@kepplermediengruppe.de)  
Siegfried Jütte (technische Redaktion)  
[s.juette@kepplermediengruppe.de](mailto: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](mailto:p.hanke@kepplermediengruppe.de)

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

Es gilt für das apr Magazin die Preisliste Nr. 56 vom 1.1.2009 und für das apr Extraheft WELLPAPPE die Preisliste Nr. 4 vom 1.1.2009.

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

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

Bezugspreis (Jahresabonnement): Inland: Euro 195,- inkl. Versandkosten und gesetzl. MwSt.  
Ausland: Euro 225,- 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**

Start  Home