



Newsletter

3/05

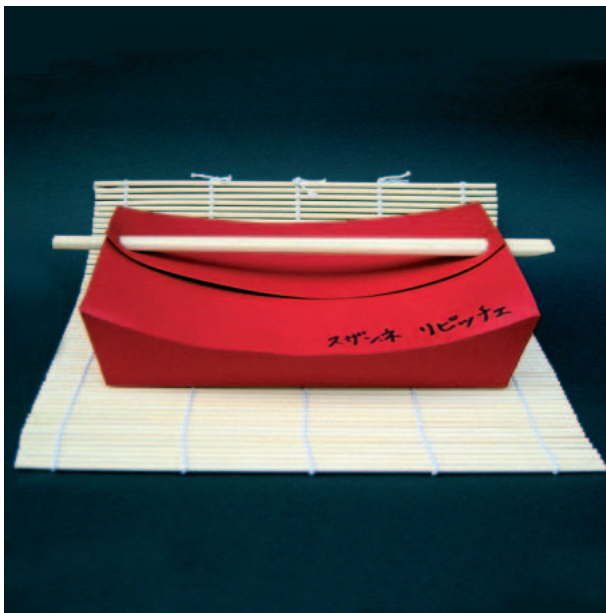
- 1 / Der Packstoff der Zukunft
- 2 / Ausblick 2006
- 3 / Fortsetzung Titelstory
- 4 / Kundenevent, Nikopol
- 5 / TKS Wechsel an der Spitze
- 6 / Eerbeek, Frohnleiten
- 7 / Packaging in CEE
- 8 / Technisches Symposium

Interview

Der Packstoff der Zukunft

Immer mehr Designer geben Karton den Vorrang gegenüber anderen Packstoffen. Die Verpackung muss Aufsehen erregen, also binnen Sekunden Emotionen beim potentiellen Käufer auslösen, sei es durch Farbe oder Form. Durch Kombination von hoher Funktionalität und Ästhetik werden Kartonverpackungen zu einem der überzeugungstärksten Werbemedien.

Zu diesem Thema führten wir ein Interview mit der bei nationalen und internationalen Wettbewerben ausgezeichneten österreichischen Designerin Susanne Lippitsch. Sie entwarf unter anderem die Sushi Box „Haiku“ sowie die fischförmige Take Away Verpackung für Nordsee und räumt auch in Zukunft dem Karton als Packmittel beste Chancen ein.



„Haiku“ - Sushi Box

Redaktion: Sehr geehrte Frau Lippitsch, wann geben Sie dem Packstoff Karton Vorrang gegenüber anderen Möglichkeiten?

Fr. Lippitsch: Eigentlich immer, außer wenn es das zu verpackende Produkt und dessen Handling nicht zulassen.

R: Was spricht Sie bei Karton besonders an?

L: Abgesehen von den bekannten ausgezeichneten Eigenschaften und dessen Umweltfreundlichkeit, vor allem die formale Einschränkung, aus einem zweidimensionalen Werkstoff eine interessante dreidimensionale Form zu kreieren, die nicht nur ausgefallen und zum Produkt passend, sondern auch maschinell und kostengünstig produzierbar ist.

R: Welche Kriterien legen Sie an die Auswahl von Karton für Ihre Projekte?

L: Die Produktionsmenge - wer die Produkte wie verpackt und vor allem wer sie in welcher Situation wieder auspackt.

(Lesen Sie weiter auf Seite 3 und 4)



Franz Rappold

Vorstand

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Geschäftsfreunde!

In wenigen Tagen beschließen wir das Jahr 2005, das sowohl auf vielen Absatzmärkten in Westeuropa und Übersee als auch auf den Beschaffungsmärkten bei allen rohölpreisabhängigen Produkten durch deutlich verschärfte Entwicklungen geprägt war. Ein Anlass aktuelle Chancen und Notwendigkeiten aufzuzeigen, denn eine konjunkturelle Wende scheint bis auf weiteres nicht in Sicht.

Höchstleistung unter herausfordernden Rahmenbedingungen

Auch unter den aktuellen herausfordernden Rahmenbedingungen bleiben wir bei MM Karton zuversichtlich, durch höchste Flexibilität, Produktivität und die kompromisslose Ausrichtung auf die stetig steigenden Marktanforderungen gemeinsam mit unseren Kunden einen Weg des Erfolges fortsetzen zu können.

Mehrere neue Produktionsrekorde trotz immer wieder marktbedingt notwendiger Kurzstillstände unterstrichen im Jahr 2005 die hohe Leistungsfähigkeit unserer Gruppe. Parallel dazu haben wir eine Reihe unserer Qualitäten, heuer insbesondere auch im Bereich Frischfaserkarton, weiterentwickelt, die aufgrund eines attraktiven Preis-Leistungsverhältnisses bereits in kürzester Zeit auf dem Markt reüssieren konnten. Unserem Motto „best in business“ entsprechend, ist es deklariertes Ziel, auch im kommenden Jahr unsere Geschäftspartner durch Spitzenleistungen als attraktiver, berechenbarer und verlässlicher Partner zu überzeugen.

Denn eines ist schon heute sicher, die Herausforderungen von 2005 werden uns mit aller Vehemenz auch im Jahr 2006 erhalten bleiben, da aus den großen europäischen Volkswirtschaften wie Deutschland, Frankreich oder Italien bis auf weiteres keine Wachstumsimpulse zu erwarten sind und andererseits der hohe Energiepreis die ohnehin schon schwache Konsumnachfrage der privaten Haushalte im gesamten Euro-Raum bremst. Der einzige Konjunkturlichtblick – Zentral und Osteuropa kann hier auch nicht wirklich stützen, so dass wir uns für 2006 bestenfalls auf Kontinuität einstellen müssen.

Karton – attraktiv und langfristig berechenbar
Infolge des drastischen und nicht mehr allein intern kompensierbaren Anstiegs sämtlicher rohölpreisabhängiger Faktorkosten mussten wir unsere Kunden vor einigen Wochen über eine notwendige Kartonpreiserhöhung informieren. Denn nur auf einer kalkulierbaren Basis können wir Spitzenleistungen aus unserem Haus, die sich auch für unsere Kunden rechnen, erhalten.

Wir sind davon überzeugt, dass sich auch in der gegenwärtigen Kostenhausse die langfristige Vorteilhaftigkeit von Kartonverpackung gegenüber anderen Packstoffen, wie Kunststoffe, in Hinblick auf Stabilität und Verfügbarkeit bestätigt. Wichtig ist es, in diesem Vergleich auf die Vielseitigkeit und Qualität unserer Kartonprodukte zu verweisen, wie sie auch regelmäßig auf den MM Symposien von unserem TKS Team (Technischer Kunden Service) in der Praxis demonstriert wird. An der Spitze dieses Teams verabschieden wir zum Jahresende Herrn DI Gunter Klimpel in seinen wohlverdienten Ruhestand und freuen uns auf Kontinuität in dieser langjährigen MM Kompetenz-Institution unter der Leitung unseres Druck- und Verpackungsexperten Herrn Herbert Glatz.

Anlässlich des bevorstehenden Jahreswechsels möchte ich Ihnen schließlich für Ihr hohes Vertrauen, das Sie uns im Jahr 2005 entgegengebracht haben, sehr herzlich Dank sagen. Wir werden alle Anstrengung unternehmen, Sie auch im kommenden Jahr von MM Karton zu überzeugen. Gemeinsam mit dem gesamten MMK Team wünsche ich Ihnen in diesem Sinne

*ein erfolgreiches
neues Jahr!*

Herzlichst Ihr
Franz Rappold
Mitglied des Vorstandes

(Fortsetzung von Seite 1)

R: Kann der Packstoff selbst wichtiger als die Verpackung sein?

L: Ich finde Packstoff und Verpackung sind schwer getrennt zu betrachten. Der Packstoff gibt natürlich sehr viel vor. Manche Produkte verlangen bestimmte Packstoffe und diese können oft nur auf bestimmte Art weiterbearbeitet werden. Natürlich kann man aber durch die Wahl eines atypischen Materials schon die gewünschte Aufmerksamkeit des Kunden erreichen. In diesem Fall wäre dann die Antwort auf diese Frage: Ja.

R: Was bedeuten die großen Trends in der Verpackung für das Packmittel Karton?

L: Der Trend zur interessanten dreidimensionalen Form ist natürlich für den Karton eine Herausforderung; ein toller Druck alleine reicht heute nicht mehr aus. Wir Designer versuchen zu beweisen, dass auch die Faltschachtel das Zeug zur organisch anmutenden, geschwungenen ausgefallenen Form hat. Und selbst technisch gut drauf ist, wie mein Kollege Phillip Prause mit seiner mehrfach preisgekrönten verschraubbaren „Twistbox“ bewiesen hat.

R: In welche Richtung geht die Verpackungsveredelung? Wird alles noch exquisiter?

L: Das ist natürlich wie immer eine Preis-Frage. Prinzipiell aber ja. Durch die steigende Konkurrenz versucht natürlich jedes Produkt so auffällig und aufwändig wie möglich zu sein. Der Schuss kann aber auch nach hinten losgehen und der Konsument sieht vor lauter Wald keine Bäume mehr. Da fallen dann schon eher die nicht so edlen Verpackungen im Regal auf.

R: Was kann Design am POS (Point of Sale) leisten?

L: Es entscheidet über Erfolg oder Misserfolg eines Produktes. Die Verpackung hat wenige Sekunden Zeit den Konsumenten von sich und somit dem Produkt zu überzeugen. Und das funktioniert am besten und schnellsten mit Emotion, die es auszulösen gilt.



R: Woher schöpfen Sie die Ideen für Ihre Designs?

L: Die Ideen leiten sich sehr oft automatisch vom Produkt ab, so wie ich zum Beispiel für Nordsee eine fischförmige Take Away Verpackung entworfen habe. Oft entsteht aber auch der Wunsch Bestehendes zu verbessern. Sei es formal oder



Foto: Aleksandra Pawloff

Designerin
Susanne Lippitsch

technisch. Hier gäbe es das Beispiel meiner Sushi Verpackung „Haiku“, die mit den Stäbchen als Verschluss und Griff sehr asiatisch anmutet.

Auch der Griff „Xaver“ für die take-away Kartons eines Wiener Gourmet-Restaurants war mir ein Bedürfnis. Ich hatte beobachtet, wie eine Kundin sich den großen Karton unter den Arm klemmte und somit alle Brötchen kaputt waren. Um die bestehenden Kartons nicht verändern zu müssen, entwickelte ich einen x-förmigen Griff aus Karton, der unten in vorhandene Schlitze eingesteckt wird und durch ein ergonomisches Handstück bequemes Tragen ermöglicht.



Griff „Xaver“ für take-away Kartons

Tja und dann gibt es noch die geträumten Ideen. Sie entstehen fast unterbewusst beim Einschlafen oder Aufwachen. Einfach so ...

R: Design und Funktionalität. Wie schaffen Sie hier die Gradwanderung?

L: Für mich ist Design unmittelbar mit Funktionalität verbunden. Reine „Behübschung“ langweilt mich.

R: Designverpackung und Massenproduktion, besteht da ein Widerspruch?

L: Nein – definitiv nicht.

(Lesen Sie weiter auf Seite 4)

(Fortsetzung von Seite 3)

R: Bedeutet Design immer gleich teurer?

L: Im Gegenteil. Design kann viel Geld sparen bzw. Umsatz bringen. Der Verpackungsdesigner macht den Job einer Werbeagentur. Er entwickelt das wahrscheinlich effektivste Webemedium für ein Produkt: die Verpackung.

R: Wie sehen Sie die Zukunft für das Verpackungsmedium Karton?

L: Absolut positiv. Karton ist ein sehr sympathisches, vielseitiges Material, das durch neu entwickelte Beschichtungen auch immer neue Funktionen dazu gewinnt. Man kann heute zum Beispiel mit einer speziell aufgetragenen Schicht die Knusprigkeit von Teigwaren in der Mikrowelle fördern. Das finde ich großartig.

Kundenevent

Mit MM auf der Überholspur

Zum wiederholten Male lud Mayr-Melnhof mehrere Geschäftspartner zu einem besonderen Event im Rahmen des Großen Mobil 1 Preises von Deutschland auf dem Hockenheimring.



Vom 23.-24. Juli 2005 fand ein einzigartiger Event am Hockenheim Ring statt, der für alle Beteiligten zu einem Erlebnis wurde, an das man sich gerne zurück erinnert.

Neben dem Rahmenprogramm von Porsche-Supercup und GP2 bildete das Qualifying der Formel 1 – Stars den ersten Höhepunkt. Spektakuläres Intermezzo im Rahmenprogramm lieferte die Demonstration der so genannten Dragsters inklusive eines Raketenwagens, der mit PS-starker Urgewalt imponierte. Den Abschluss des ersten Tages auf der Strecke bildete ein Rennen der GP2-Klasse, die kleine Formel 1, das bereits einen Vorgeschmack auf den eigentlichen Großen Preis am Sonntag geben sollte.

Gemäß dem Motto der Veranstaltung „**Karton- und Faltschachtelindustrie gemeinsam auf der Überholspur**“ folgte am Abend eine Informations- und Diskussionsveranstaltung, in der über neueste Entwicklungen bei MM Karton sowie auf den nationalen und den internationalen Märkten berichtet wurde. Der intensive Austausch über Chancen und Möglichkeiten für die gemeinsame, erfolgreiche Bewältigung der Herausforderungen fand im Rahmen eines gemütlichen Ausklangs statt.

Auch der folgende Sonntag erfüllte die Erwartungen, die bis dahin geweckt worden waren. Kaum auf die Rennstrecke des Hockenheimrings zurückgekehrt, war man erneut von dem besonderen Flair eines F1-Wochenendes gefangen. Die Rennen des Porsche-Supercups sowie erneut der GP2-Klasse machten mit teilweise atemberaubenden Positionskämpfen und Überholmanövern Lust auf den Highlight, das Rennen der Formel 1 – Boliden, welches letztlich der spätere Weltmeister als verdienter Sieger für sich entscheiden konnte.

Kurzmitteilung Nikopol +++ Kurzmitteilung Nikopol +++ Kurzmitteilung Nikopol +++

Seminar in Nikopol

Auch heuer fand im Herbst ein 2-tägiges Seminar in unserem Werk in Nikopol statt, bei dem die laufenden Projekte am bulgarischen Standort vorgestellt und diskutiert wurden. An erster Stelle wurde die Erweiterung der Produktrange durch die Sorten Nikotriplex (GT3, 230-500gsm), Nikoprint Kraft (GT4, 250-500gsm) und Coated Grey Board (GD4, 250-500gsm) vorgestellt. Details zu diesen neuen Sorten finden Sie unter www.cartonette.com. Ein zweiter Schwerpunkt widmete sich der Verbesserung der Kartonqualität. Durch Änderungen in der Faserrezeptur kann nun eine glattere Oberfläche erzielt werden. Seit Ende August wird an einer neuen Verpackungslinie gearbeitet, welche neben einer stärkeren Verpackung aus PE Folie Plastikriemen vorsieht, die ein geringeres Sicherheitsrisiko während des Handlings garantieren. Ende dieses Jahres wird eine neue Wickelmaschine installiert, wodurch Reibung und Falten in der Kartonbahn vermieden werden können.

TKS

Im Lichte der Kontinuität

Im Frühjahr nächsten Jahres wird Herr DI Gunter Klimpel, Leiter des Technischen Kunden Services seinen wohlverdienten Ruhestand antreten und sein Amt an seinen designierten Nachfolger Herrn Herbert Glatz übergeben.

Was 1988 mit dem Einsatz eines Spezialisten begann, ist heute nach einer mehr als Verdreifachung der Kapazitäten von MM Karton, eine divisionsweite Institution von fachkompetenten Mitarbeitern – der Technische Kundenservice (TKS).

TKS ist als Netzwerk von Druck- und Verpackungstechnikern aus den einzelnen MM Kartonwerken organisiert und unterstützt die Kunden mit vielfältigen fachmännischen Lösungen bei der Verarbeitung unserer Kartonprodukte.

Durch das breite Kompetenzspektrum genießt das MMK TKS Team heute fern vom „Touch“ der reinen Reklamationsbearbeitung hohe Anerkennung als umfassende Problemlöser.

Es sind nicht nur die branchenübergreifenden Symposien, die zum jährlichen Standardprogramm jedes Verarbeitungstechnikers gehören, sondern auch interne und externe Schulungen zum Thema Karton und Kartonverarbeitung, die von den Experten des TKS mit viel Engagement abgehalten werden. Die Führung der TKS Organisation obliegt bei MM Karton traditionell dem Leiter des technischen Kundenservices im österreichischen Stammwerk Frohnleiten. Nach 18-jähriger Tätigkeit für MM wird der gegenwärtige Stelleninhaber, DI Gunter Klimpel, Anfang 2006 in seinen wohlverdienten Ruhestand gehen. Herr Klimpel, 1943 in Dresden geboren, war von 1961 bis 1963 bereits in der Papierherstellung und -verarbeitung tätig, als er 1966 seine Leidenschaft für Verpackung entdeckte und diese bis dato beibehält. Seit 1987 fungiert er als Leiter des technischen Kundenservices von MM Karton.

Um an dieser sensiblen Schaltstelle zwischen Produktion und Kunden Kontinuität auf höchstem Niveau

zu wahren, hat das Management von MM Karton schon rechtzeitig die Weichen für eine qualifizierte Nachfolge gestellt. Herr Herbert Glatz, ein Druck- und Verpackungsfachmann par Excellence, wird nach über 30

Jahren Tätigkeit im Offsetdruck und mehreren Jahren im Verkauf eines führenden Druckmaschinenherstellers die Leitung des technischen Kundenservices Frohnleiten/Hirschwang und damit auch die konzernübergreifende Führung aller Werks-TKS übernehmen.

Um immer über die neuesten Informationen und Techniken der Kartonverarbeitung zu verfügen, wird auch weiterhin der Zusammenarbeit mit namhaften Zulieferern der Druck- und Weiterverarbeitungsindustrie Vorrang gegeben.

Die Erkenntnisse und Erfahrungen dieser Kooperationen an unsere Mitarbeiter und Kunden weiterzugeben, wird weiterhin eine wichtige Aufgabe des TKS sein.

Wie bisher bleibt es unser Ziel auch im technischen Service für unsere Kunden stets „Best in Business“ zu sein.



Herbert Glatz übernimmt Leitung des TKS

CEE

Faltschachtelverpackungsmarkt Mittel- und Osteuropa (CEE)

MM Packaging hat frühzeitig begonnen, in Mittel- und Osteuropa zu investieren. Bereits 1995 wurde der erste Betrieb in Polen erworben. Heute betreibt die MM Packaging insgesamt 5 Betriebe in Polen, Russland, Ukraine und Rumänien. Ein Viertel des Umsatzes wird mittlerweile in diesen Märkten erwirtschaftet.



Die Attraktivität der Region Mittel- und Osteuropa (CEE) liegt vor allem im deutlich höheren Wirtschaftswachstum dieser Länder im Vergleich zu Westeuropa, einem noch niedrigeren aber stark steigenden Pro-Kopf Verbrauch an Verpackungen und attraktiven Produktionskosten. Während der Faltschachtelmarkt in Westeuropa kaum Wachstum aufweist, bewegt sich Mittel- und Osteuropa weiterhin rasant nach oben.

Die Entwicklung des Faltschachtelverbrauches in CEE wurde zu Beginn der 90er Jahre vor allem durch den lokalen Markt mit Gütern des täglichen Bedarfs vorangetrieben. Ab 1995 wurden die ersten internationalen Marken in dieser Region eingeführt und haben den Bedarf an hochwertigen Faltschachteln weiter verstärkt. Seit 2000 wird der Markt vor allem durch Verlagerungen von Produktionsstätten aus Westeuropa nach Osteuropa gekennzeichnet.

Das Faltschachtelgeschäft in CEE unterscheidet sich allerdings in vielen Punkten von Westeuropa. Dies ergibt sich einerseits aus einem Konsumentenverhalten, das durch hohe Preissensitivität infolge wachsender Einkommensunterschiede und niedrige Markenloyalität gekennzeichnet ist. Andererseits bestehen teilweise noch immer die Unwegsamkeiten aus Inflation und Währungsschwankungen, höheren Finanzierungskosten, dem Kredit- und Zahlungsrisiko sowie Zöllen in einigen Märkten, wenngleich sich diese Probleme auch in letzter Zeit reduziert haben. In Bezug auf Qualität und Service sind die Anforderungen die gleichen wie in Westeuropa. Dazu kommen

steigende Ansprüche im Bereich Innovation sowie die Rücksichtnahme auf die Besonderheiten einzelner lokaler Märkte. Für die Zukunft kann erwartet werden, dass sich das Thema – Verlagerung von Produktionsstätten nach Mittel- und Osteuropa – weiter verstärken wird. Produzenten werden das Wachstum, die nicht ausgeschöpften Potentiale, sowie die vorteilhafte Kostenstruktur in noch stärkerem Maße nutzen wollen. Es ist damit zu rechnen, dass auch CEE Anbieter im Faltschachtelmarkt weiter nach Westeuropa vordringen werden.

Insgesamt wird das Thema Mittel- und Osteuropa für mehr Bewegung und Dynamik auch auf den westeuropäischen Faltschachtelmärkten sorgen. MM Packaging ist auf diese Entwicklung gut vorbereitet und mit Standorten in CEE und Westeuropa günstig aufgestellt.

MM Packaging ist Europas führender Faltschachtelhersteller mit einem Umsatz von 756 Mio. Euro (2004) und einer verarbeiteten Tonnage von aktuell rund 500.000 to Karton pro Jahr. Es werden an 21 Standorten in 10 Ländern ca. 30 Mrd. Faltschachteln produziert.

Von Ernst Krottendorfer,
Business Unit Director bei
MM Packaging



Eerbeek

Ausbau des Glättezylinders

Mitte September dieses Jahres kam es ganz plötzlich zu einem Riss im großen Glättezyylinder (MG-Cylinder) im Werk Eerbeek. Da der aus gegossenem Stahl bestehende Zylinder mit einem Durchmesser von 4,5 Metern und einer Wanddicke von 6cm nicht repariert werden konnte, musste dieser ausgebaut und durch das Dach der Produktionshalle abtransportiert werden. Ein Glättezyylinder arbeitet wie ein „Bügeleisen“: er trocknet teilweise den Karton und sorgt für eine glatte Oberfläche.

Glücklicherweise war einige Tage vor diesem Zwischenfall ein neuer Nasskalandrierer installiert worden, welcher durch Kalandrieren der Kartonoberfläche ebenfalls glättet. Durch langsames „Fahren“ der Kartonmaschine konnte so auch die Trocknung kompensiert werden.

Bereits 9 Tage nach dem technischen Gebrechen wurde nach zahlreichen Testanfertigungen die Entscheidung getroffen, wieder mit der Produktion zu starten. Alle bestehenden technischen Parameter konnten problemlos wieder erzielt werden. Wir sind stolz auf

die Leistung der eerbeeker Mannschaft, die es geschafft hat, in so kurzer Zeit nach diesem schweren technischen Zwischenfall, wieder voll einsatzfähig zu sein!



Ausbau durch das Dach der Fabrik.

teilung Frohnleiten +++ Kurzmitteilung Frohnleiten +++ Kurzmitteilung Frohnleiten

Procemex Bahninspektionssystem für KM2 in Frohnleiten

Nach der KM 3 wurde in Frohnleiten nun auch die KM2 mit einem Bahninspektionssystem ausgerüstet. Es ist dasselbe System, welches sich an der KM3 bestens bewährt hat.

Durch permanente Überwachung mittels 16 Kameras können Bahn(ab)risse analysiert werden. Eine Änderung der Helligkeit des Bildes bzw. der Aufnahme wird vom System angezeigt. Mittels Cursor kann in einer Zeitleiste der Helligkeitsauschlag angewählt werden. Das System zeigt dann synchronisiert an jeder Position der Maschine die betroffene Stelle an. Daher ist es im 1. Schritt der Analyse möglich, den Ursprungsort (Nasspartie, Pressenpartie, Trockenpartie oder Streichmaschine) einzugrenzen. Weiters ist es durch die hohe Auflösung möglich, Fremdkörper aus der Nass- oder Trockenpartie zu unterscheiden. Das System zeigt Teilchen ab Fliegengröße an.

Durch Einschränkung der Position und Art der Abrissursache kann man sehr effizient und gezielt Gegenmaßnahmen einleiten. Folgeabrisse sind in den meisten Fällen zu verhindern, was wiederum zu einem ruhigen Maschinenlauf und konstanter Produktqualität beiträgt.

Kundenevent

10. Mayr-Melnhof-Symposium bei Heidelberg in Mönchengladbach



Über 140 Teilnehmer besuchten das 10. Mayr-Melnhof-Symposium, das im Postpress-Inforum in Mönchengladbach am 8. und 9.11.2005 stattfand. Unter dem Motto „Qualität und Leistung. Ein Kostenwiderspruch?“ präsentierten die Firmen Mayr-Melnhof Karton GmbH, Heidelberg Postpress Deutschland GmbH, Cito-System GmbH und Karl Marbach GmbH & Co. KG deren Know-how zum Wertschöpfungsprozess in der Faltschachtelproduktion.

„Uns ist es wichtig, Lieferanten an einen Tisch zu bringen, um Technikern und Produktionsverantwortlichen die aktuellen Entwicklungen in der Faltschachtelproduktion zu zeigen“, erklärt Gunter Klimpel, Leiter des Technischen Kundenservices bei MM-Karton, die Ziele des Symposiums.

Das Postpress-Inforum in Mönchengladbach stellte dafür die geeignete Plattform dar. So produzierten die Dymatrix Bogenstanzen und die Diana Faltschachtel-Klebmachines verschiedene Spezialschachteln aus GD 2 in 280 und 300 g/m² und eine aufwendige Pralinschachtel aus GC 1 in 250 g/m². Experten der Firma Cito demonstrierten den Einsatz von Rill-

zurichte-Systemen. Die Themen „Rüstzeitminimierung durch manpower“ und „optimale Rillqualität durch den Einsatz von Stanzrillplatten“ wurden von der Firma Marbach, Heilbronn, präsentiert. Aus aktuellem Anlaß wurde auch der neue Marbach –Standard für Blindenschriftprägungen vorgestellt, welcher dem Kunden individuelle und flexible Lösungen für die optimale Prägung von Blindenschriften bietet. Das Thema Blindenschriftprägung gewinnt in Zukunft an Bedeutung, da aufgrund einer erlassenen EU Direktive ab Mitte 2006 alle Pharmaverpackungen mit Blindenschrift versehen sein müssen.

Die Besucher des Symposiums zeigten sich von den hohen Maschinenleistungen und der perfekten Qualität, welche auf den unterschiedlichsten Materialien (von GC 1 Optimus Top bis GD 2 Astracolor (ACM) und Multicolor (MCM) Karton) erzielt werden konnten, begeistert.

Dass sich Qualität und Leistung in der Faltschachtelproduktion verbinden lassen, wurde eindrucksvoll unter Beweis gestellt.

„Insgesamt konnten wir uns mit dem MM-Symposium erfolgreich präsentieren“, zeigt sich Frank Schmid, Standortleiter in Mönchengladbach, zufrieden. „Dies war ein weiterer Baustein, um den Verpackungsdruck als strategisches Geschäftsfeld von Heidelberg zu positionieren“, so Schmid weiter.

Zufriedenstellend auch das Resümee seitens des Veranstalters, der Mayr-Melnhof Karton GesmbH. Einmal mehr konnte gezeigt werden, dass Recyclingkarton in puncto Leistung und Qualität im Spitzenfeld mitspielen kann und den Vergleich mit höherpreisigen Qualitäten keinesfalls scheuen muss.

Fazit: Qualität und Leistung in der Faltschachtelproduktion lassen sich verbinden.