



Newsletter

12/03

- 1/ Pasta & Karton
- 2/ Prognosen für 2004
- 3/ Tiefkühlkost
- 4/ E-Mail versus Papier
- 6/ Forschung & Entwicklung
- 7/ Procarton/ECMA Award 2003
- 7/ Kurzmitteilungen
- 8/ Fettbarriere-Karton

Barilla

Pasta & Karton – gemeinsam auf Erfolgskurs

Tradition, Innovation und Qualität – nicht nur beim Produkt selbst, sondern auch bei der Verpackung. Das sind die Erfolgsfaktoren für die langjährige Zusammenarbeit des italienischen Teigwarenherstellers Barilla mit Mayr-Melnhof Karton.

Tradition, gepaart mit Innovation und Qualität: Genau das macht den Erfolg der echten italienischen Pasta aus. Barilla, der weltweit führende Hersteller von Teigwaren, kennt diese Zutaten und stellt schon seit über einem Jahrhundert hochwertige Pasta nach traditioneller, italienischer Art her. Die Marke Barilla wurde im Jahr 1877 geboren, als Pietro Barilla Senior in Parma sein erstes Teigwarengeschäft eröffnete. Heute umfasst das Produktangebot von Barilla neben klassischen und neuen Pastaformaten auch eine Reihe von Fertigsauces sowie Fein- und Salzgebäck. Bei der Auswahl der Rohstoffe legt Barilla größten Wert auf Qualität und verwendet daher ausschließlich hochwertige Hartweizensorten. Der Qualitätsanspruch von Barilla gilt jedoch nicht nur bei der Herstellung seiner Spitzenprodukte, sondern auch für die

Verpackung. Diese muss sowohl alle funktionalen und sonstigen Anforderungen erfüllen, als auch mit ihrem Erscheinungsbild einen Hauch von italienischem Lebensgefühl sowie die Werte der Marke Barilla vermitteln. Dabei werden hohe Ansprüche an das Verpackungsmaterial gestellt: gute Bedruckbarkeit, hohe Farbbrillanz sowie alle Voraussetzungen für ein ansprechendes Design. Aus diesem Grund kommt beim italienischen „Pasta-Guru“ fast ausschließlich Karton als Verpackungsmaterial zum Einsatz. „Eine Kooperation auf höchster Ebene - wie sie besser nicht sein könnte“, so Luigi Ganazzoli, Einkaufsleiter bei Barilla Alimentare Spa, über die Zusammenarbeit.

Barilla setzt auf Mayr-Melnhof Karton als langjährigen Lieferanten und Partner. Beide Unternehmen haben vergleichbare Wertvorstellungen, aufbauend auf Tradition, konstante Qualität und Innovation.

Das Werk Frohnleiten entwickelte gemeinsam mit Barilla eine spezielle Kartonqualität mit Krafrückseite, die bei traditioneller Pasta seit vielen Jahren sehr erfolgreich zum Einsatz kommt. Frischfaserkarton aus dem MM Werk Baiersbrunn wird bei „Pasta a l'uovo“ (eierhaltige Teigwaren) eingesetzt. Zusätzlich finden auch klassische GD/GT-Sorten im Bereich der Gebäckverpackung Anwendung.





Franz Rappold

Vorstand

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Geschäftsfreunde!

Das Jahr 2003 neigt sich dem Ende zu. Es ist an der Zeit, Bilanz zu ziehen und die Herausforderungen des kommenden Jahres zu skizzieren.

Schwaches Wirtschaftswachstum – vage Prognosen für 2004

Die global schwache Konjunkturnachfrage hat sich auch 2003 weiter fortgesetzt. Für den Europäischen Raum erwartet die OECD ein geringfügiges Wirtschaftswachstum von rund 1 Prozent und einen Anstieg der Arbeitslosigkeit auf knapp 9 Prozent. Erschwerte Rahmenbedingungen wie etwa der Irakkrieg, SARS in Asien, die Auswirkungen des hohen Ölpreises und der starke Euro haben diese Entwicklung verschärft. Die Prognosen für die wirtschaftliche Entwicklung im kommenden Jahr sind noch immer sehr vage. Während sich in den letzten Monaten in Japan als auch in den USA bereits Anzeichen einer Erholung zeigten, fehlen im Euro-Raum nach wie vor eindeutige Impulse für einen Aufschwung. Für das Jahr 2004 wird daher nur mit einem sehr geringen Wirtschaftswachstum im Euro-Raum gerechnet.

Kartonnachfrage als Konjunkturindikator

Die Entwicklung auf dem Kartonmarkt zeigt ein ähnliches Bild. Das Jahr 2003 war vor allem von anhaltend kurzfristiger Nachfrage aus Europa und einem Rückgang der Auftragseingänge aus Asien und dem Mittleren Osten gekennzeichnet. Erwartungsgemäß war es nachfragebedingt notwendig, unsere Kartonproduktion den Marktverhältnissen anzupassen. Trotz anhaltend schwacher Nachfrage ist es uns dennoch gelungen, unsere Marktanteile weitgehend zu halten und in dem einen oder anderen Land etwas an Terrain zu gewinnen.

Altpapierpreise ziehen an

Während das Preisniveau auf den Beschaffungsmärkten im ersten Halbjahr 2003 insgesamt relativ stabil blieb, brachte das dritte Quartal – wie bereits kurzzeitig im April und Mai - erneut eine deutliche Aufwärtsbewegung bei den Altpapierpreisen mit sich. Konjunkturbedingt geringere Altpapiermengen im Euroraum sowie steigende Exporte nach Asien führten zuletzt zu Preissteigerungen von bis zu 30 Prozent. Diese Tendenz, gemeinsam mit dem Anstieg der

Energiepreise sowie der bevorstehenden Belastung durch die LKW-Maut, kann – so fürchten wir - früher oder später auch Auswirkungen auf die Kartonpreise haben.

Recyclingkarton im Aufwind

Als führender Hersteller von Faltschachtelkarton auf Basis von Sekundärfasern ist es dennoch unser Anliegen, das Preisniveau für unsere Produkte möglichst stabil zu halten. Trotz steigender Altpapierpreise sind unsere Recyclingkartonqualitäten immer mehr eine wertvolle Alternative zu Frischfaserkarton - erfüllen sie doch alle Anforderungen in Bezug auf die strengen Richtlinien des Lebensmittelgesetzes. Unsere langjährige Erfahrung sowie die laufende Weiterentwicklung von Karton auf Basis von Sekundärfasern eröffnen unseren Kunden immer wieder neue Anwendungs- und Einsatzmöglichkeiten. Dazu zählen vor allem Lösungen für Lebensmittelverpackungen. Weiters entwickelten wir für unsere Kunden eine neue Kartonqualität mit Barrierebeschichtung, die nicht nur perfekte Funktionalität bietet, sondern auch Kosteneinsparungen ermöglicht. Mehr darüber lesen Sie u. a. in der aktuellen Ausgabe unseres Newsletters.

Abschließend bedanke ich mich bei all unseren Kunden und Geschäftspartnern für das entgegengebrachte Vertrauen im Jahr 2003 und wünsche Ihnen schon jetzt

Frohe Festtage und ein erfolgreiches Neues Jahr

Herzlichst Ihr

Franz Rappold
Mitglied des Vorstandes



Tiefkühlkost

Tiefgekühltes à la carte

Ob Salamipizza oder Rahmspinat, Pommes Frites oder Cremetorte: Tiefkühlkost ist beliebt. Besonders in den ernte-armen Wintermonaten sind viele Lebensmittel aus dem Eis eine gute Alternative zu rarer Marktware, weit gereisten Importexoten und Konserven.



Der Markt für Tiefkühlprodukte gehörte bis zuletzt zu den am stärksten wachsenden Segmenten im Einzelhandel. Angesichts der veränderten Lebens- und Kochgewohnheiten vieler Konsumenten ist dies nicht weiter verwunderlich. In zehn Minuten ein knuspriges Baguette aus dem Backrohr gezaubert oder schnell eine Obsttorte als Dessert auf den Tisch – Tiefkühlprodukte erfreuen sich höchster Beliebtheit in der modernen Küche.

Europäer lieben Tiefkühlprodukte

Allein in Deutschland stieg der Umsatz im Zehn-Jahres-Vergleich um rund 83 %, der Pro-Kopf-Verbrauch kletterte im gleichen Zeitraum von 11,4 kg auf 34,5 kg. Spitzenreiter in Europa sind die schwedischen Konsumenten, hier lag der Verbrauch pro Kopf im vergangenen Jahr bereits bei 49,7 kg, gefolgt von Großbritannien mit 49,3 kg und Norwegen mit 44,8 kg pro Jahr.

Tiefkühlmarkt Pro-Kopf-Verbrauch 2002 (inkl. Rohgeflügel, ohne Speiseeis)

Land	Pro-Kopf-Verbrauch (in kg)
Schweden	49,7
Großbritannien	49,3
Norwegen*	44,8
Deutschland	34,5
Finnland	25,9
Spanien*	22,1
Belgien*	21,6
Niederlande	19,8
Griechenland	18,4
Italien	12,4

Quelle: Deutsches Tiefkühlinstitut
* Daten aus 2001

Vitamine – auch außerhalb der Saison

Vor allem Gemüse aus der Tiefkühltruhe liegt als absoluter Bestseller hoch im Kurs, ist es doch vor allem

in der kalten Jahreszeit eine wertvolle Alternative zu frischer Ware. Die oftmals kritisierte Qualität der gefrorenen Produkte ist hingegen deutlich besser als ihr Ruf. Auch wenn frisches Gemüse in puncto Nährstoffen am besten abschneidet, so gehen bekanntlich viele Vitamine durch lange Transportwege verloren. Ein Einfrieren der Ware wirkt hingegen schonend und verhindert ein vorzeitiges Verderben. Der Vitamingehalt bleibt somit bei tiefgefrorenem Gemüse bis zu einem Jahr erhalten.

Zeit und Geld sparen

Ein weiteres Argument für den Einsatz von Tiefkühlprodukten ist die Ersparnis von Zeit und Geld. Längere Arbeitszeiten, die Zunahme berufstätiger Mütter und der rasche Anstieg von Single-Haushalten führen dazu, dass viele Konsumenten sogenannte „Convenience-Produkte“ bevorzugen. Ohne viel Aufwand schnell auf den Tisch, so lautet das Motto der Generation der „Neuen Küche“. Untersuchungen zufolge liegen Tiefkühlprodukte interessanterweise auch in Sachen Ersparnis bei Energie- und Wasserverbrauch sowie Abfallmenge vor den frisch gekochten Waren. Somit wird nicht nur Zeit, sondern auch Geld gespart.

Speziell für die Anforderungen von Tiefkühlverpackungen bietet Mayr-Melnhof Karton ein vielfältiges Produktsortiment, das bereits seit Jahren erfolgreich im Einsatz ist, wie zum Beispiel:

➤ VENO-FREEZE

Unsere GD2 Kartonqualität aus dem holländischen Werk Eerbeek, lieferbar in den Grammaturen 275 bis 550 g/m². Nähere Infos erhalten Sie über unsere lokalen Vertriebsbüros oder unter www.cartonette.com.

e-communication

Das papierlose Büro

Seit Jahren wird das papierlose Büro prophezeit. E-Mail, Internet, Intranet, Scanner & Co sollen dem guten alten Papier den Garaus machen. Die Papierindustrie merkt nichts davon, vom Untergang keine Rede. Papier aus unseren Büros und damit aus unserer Gesellschaft zu verbannen, ist ein Ding der Unmöglichkeit. Dazu haben wir es schon viel zu lange. Und es hat im Laufe der Jahrhunderte einen festen Platz in unserem Leben eingenommen.

Von Eva Willi &
Christiane Reithofer

Bereits vor über 5000 Jahren benutzten die alten Ägypter Papyrus – den Papiervorläufer – als Schreibmaterial. Vor mehr als 2000 Jahren erfanden die Chinesen das Papier im heutigen Sinn. Im 11. und 12. Jahrhundert begannen dann auch die Europäer mit der Herstellung von Papier. Und seit damals ist Papier unser ständiger Begleiter: von der Geburtsurkunde über das erste Bilderbuch, Tageszeitungen, Liebes- und Geschäftsbriefe, Einladungen, Speisekarten bis hin zum Partezettel – über Generationen hinweg. Kein Wunder, dass wir eine besondere Beziehung zu diesem altmodischen „Datenträger“ haben.

Es steht außer Frage, dass immer mehr Prozesse ohne die dringende Notwendigkeit von Papier stattfinden. Informationen werden per e-mail verschickt oder im Internet gesucht. Rundschreiben, Arbeitsanweisungen, Telefonverzeichnisse und dergleichen stehen heute im Intranet, Dokumente werden am PC abgelegt und verwaltet, Bestellungen online vorgenommen. Aber – und das ist entscheidend – meist wird „sicherheitshalber“ auch ausgedruckt, damit man „etwas in der Hand hat“, sozusagen als „Beweis“.

Büroumfrage 2003: Papier bleibt Trumpf

Im Rahmen der „Büroumfrage 2003“ untersuchte das Gallup-Institut im Auftrag von Europapier die „Papier-Gewohnheiten“ in österreichischen Büros. Hier eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse:

Terminplanung offline

Im Bereich der Terminplanung hat eindeutig das Papier die Nase vorn: drei von vier Chefs planen ihre Termine nach wie vor im Kalender – bei den Sekretärinnen sieht es ähnlich aus.

Das Fax lebt

Trotz der e-mail-Flut und der Erkenntnis, dass das Fax ersetzbar wäre, nimmt der Fax-Verkehr in Österreich nicht ab. 67 % der Sekretärinnen sind der Meinung, das Fax werde neben dem Internet weiterhin gebraucht.

e-commerce im Vormarsch

Zwar steigt das Volumen der Bestellungen via Internet und e-Mail, Liefer- und Auftragsbestätigungen per Fax oder Brief werden aber nicht zuletzt aus rechtlichen Gründen jenen per e-mail vorgezogen.

Ablage im Ordner

Die Entscheidung zwischen Papier und Elektronik ist im Ablagebereich eindeutig: Sieben von zehn Befragten legen wichtige Dokumente auf Papier ausgedruckt klassisch in Ordnern und Mappen ab. Die Archivierung am PC, auf Disketten und CD-ROM beginnt erst zögerlich.

Imagefaktor Papierqualität

Qualitativ hochwertiges Papier sichert nicht nur die reibungslose Handhabung im Faxgerät oder Drucker ohne Stau, sondern repräsentiert auch das Unternehmen nach außen. Vier von zehn österreichischen Unternehmen verwenden je nach Anlass verschiedene Papierqualitäten, und nur jedes zweite Unternehmen verzichtet in Anbetracht der schlechten Konjunkturlage auf höherwertige Papierqualität.

The medium is the message

Ob e-mail, Brief, Telefon oder Fax: Entscheidend für die Wahl des Mediums ist der Inhalt, wobei gilt: „Je sensibler und persönlicher desto Papier“. Oder würden Sie eine Bankgarantie per e-mail schicken?



Warum Papier?

Umfragen wie die Büroumfrage 2003 sowie die Zahlen aus der Papierindustrie belegen also, dass unser Leben alles andere als papierlos ist. Doch warum haben wir diese „Papieraffinität“? Warum wird nach wie vor gedruckt, gefaxt, gelocht, geklamert und in Ordnern abgelegt?

Einerseits gibt es natürlich Papiere, sprich Dokumente wie Verträge, Urkunden, Bescheide und Patente, die im Original vorhanden sein müssen. Andererseits sind Ausdrücke auf Papier einfach praktisch und bieten Vorteile gegenüber Dokumenten am Bildschirm. Auf Papier ist es z.B. leichter möglich, mehrere Seiten gleichzeitig zu überblicken und zu bearbeiten, sich persönliche Notizen zu machen, ein Dokument gemeinsam mit anderen Personen zu bearbeiten, Texte zu überfliegen und Informationen einfach mitzunehmen und zeit- und ortsunabhängig weiterzubearbeiten.

Ein wesentlicher Faktor aber – wenn nicht überhaupt der entscheidende – warum Papier nicht ausstirbt, sind die Gefühle, die es in uns weckt. Es raschelt und knistert, fühlt sich edel oder billig an und spricht unsere Sinne an. Außerdem lässt es sich leicht manipulieren und vermittelt so ein gewisses Gefühl von Macht: Wir können entscheiden, ob wir die Information ordentlich ablegen, mit Ideen bekritzeln, mit Rotstiften verbessern oder „in der Luft zerreißen“ bzw. es dem Reißwolf in den Rachen werfen.

Langfristiger „Sieg“ von Papier über Technik?

Will man von einem Sieg sprechen, so setzt man einen Kampf voraus, der durch Schlagworte wie „das papierlose Büro“ heraufbeschworen wird. Sowohl Papier als auch PC & Co sind aus unserem Leben nicht wegzudenken. Das eine schließt das andere nicht aus, im Gegenteil. Wir leben in einer Informationsgesellschaft, in der immer mehr Informationen gespeichert werden und auch verfügbar sein sollen. Die Aufgabe der Technik ist es nicht, Papier zu sparen, sondern Informationen effizienter zu verwalten und verfügbar zu machen.

Dennoch ist die Welt der Neuen Medien eine virtuelle. Die Welt, in der wir leben und arbeiten, aber eine reale. Es ist das Papier, das hier eine Brücke schlägt, das es uns ermöglicht, Stück für Stück aus dem Cyberspace zu holen, auszudrucken und in unserer Welt Realität werden zu lassen – zum Ansehen, zum Anfühlen, zum Aufbewahren oder einfach zum Zerknüllen.

Dr. Eva Willi

Kommunikations- und Medienberaterin, Leiterin der Ausbildung zum e-Communication-Manager, vergibt seit 2001 den österreichischen e-communication Award. Lehrbeauftragte für den Bereich „Marketing“ im Rahmen des Universitätslehrgangs für Tourismuswirtschaft der Wirtschaftsuniversität Wien.

Mag. Christiane Reithofer

Junior Partnerin im e-communication Network und Vortragende zum Thema Marketing und PR.

www.e-communication.at

Interview F&E

Genauer betrachtet...

Der Karton im Labor: Ein Interview mit DI Heinz Traussnig, Leiter F&E bei Mayr-Melnhof Karton.

Von Ulrike Lanner

Sie leiten das F&E Zentrallabor von Mayr-Melnhof Karton in Frohnleiten. Seit wann gibt es dieses interne Forschungszentrum?

„Unser Zentrallabor in Frohnleiten existiert bereits seit den späten 80er Jahren. Wir haben damals – im Sinne der laufenden Produktoptimierung - die Notwendigkeit professioneller Analyseverfahren für Karton erkannt. Nach dem Studium der Bio- und Lebensmittelchemie und mehrjähriger Forschungstätigkeit in der Biochemischen Technologie wechselte ich 1988 zu MM und habe Zug um Zug unser F&E Labor aufgebaut, das heute das Zentrum für die Forschungsarbeiten von MM Karton bildet.“

Was sind die Tätigkeitsschwerpunkte des F&E-Labors?

„Das Labor gliedert sich in zwei Bereiche, das analytisch-chemische sowie das Labor für Mikrobiologie und Sensorik. Im analytisch-chemischen Labor geht es vor allem um Analysemethoden für den Einsatz von Karton im Lebensmittelbereich. Einen Schwerpunkt unserer Tätigkeit bildet etwa die Durchführung sogenannter Migrationsuntersuchungen. Mit Hilfe dieses Verfahrens soll sichergestellt werden, dass keine Substanzen, die das verpackte Gut negativ beeinflussen könnten, vom Karton in den Verpackungsinhalt übergehen. Dies ist vor allem im Bereich der Lebensmittelverpackungen von großer Bedeutung, da die Anforderungen an den Karton aufgrund der strengen Gesetzgebung hier besonders hoch sind. Die tatsächliche Lebensmitteltauglichkeit wird jedoch nicht von uns selbst, sondern von unabhängigen Instituten wie etwa der ISEGA geprüft und beglaubigt.“

Wie können denn organische Substanzen im Karton überhaupt identifiziert werden?

„Diese Analysen werden mit Hilfe eines sogenannten Gaschromatographen durchgeführt. Die Gaschromato-



DI Heinz Traussnig, ausgebildeter Bio- und Lebensmittelchemiker, ist seit mehr als 15 Jahren Leiter F&E Produktsicherheit und Umwelt der Mayr-Melnhof Kartondivision sowie Leiter des F&E Zentrallabors Frohnleiten.

graphie ist eine Trenntechnik, mit deren Hilfe man einzelne Inhaltsstoffe auftrennen kann. Das Gerät hat die Aufgabe, die ihm zugeführte Probe zuerst einmal in ihre Einzelkomponenten zu zerlegen und diese im Anschluss zu detektieren. Dabei kann zum Beispiel der Anteil an flüchtigen organischen Verbindungen im Karton gemessen werden.“

Welche chemisch-analytischen Untersuchungen werden noch durchgeführt?

„Ein weiterer, sehr wichtiger Aufgabenbereich ist unser eigens für den Lebensmittelbereich etabliertes Mikrobiologie- und Sensoriklabor. Hier geht es darum, zu prüfen, ob die Beschaffenheit des Kartons Einfluss auf den Geruch oder Geschmack der jeweils betroffenen Lebensmittel hat. Wir haben dafür speziell geschultes Personal zur Verfügung, das regelmäßige Tests durchführt. Durch das gleichzeitige Prüfen durch mehrere, sensibilisierte Personen können wir auf diese Weise etwaige Geschmacks- oder Geruchseinflüsse durch den Karton ausschließen. Für die mikrobiologische Qualitätskontrolle wird, wie auch bei der Migrationsuntersuchung, die endgültige Prüfung von externen Labors durchgeführt und bestätigt.“

Welchen Einfluss haben die unterschiedlichen Lebensmittelgesetze innerhalb der EU auf die Entwicklung und Herstellung von Karton?

„Durch die unterschiedlichen Gesetze innerhalb der EU gestalten sich die Prüfungsverfahren nicht immer einfach. Grundsätzlich gelten beim Karton die Gesetze

des Bestimmungslands. Innerhalb der EU gibt es jedoch bereits eine Richtlinie, die besagt, dass wenn ein Produkt in einem EU-Land geprüft und verwendet wird, es auch in einem anderen EU-Land akzeptiert werden soll. Es gibt aber bereits Anzeichen für eine generelle Harmonisierung der Gesetze für Papier und Karton in Lebensmittelkontakt. Seit dem Vorjahr existiert eine Resolution des Europarates, die die Basis für eine künftige, gemeinsame Gesetzgebung darstellt. Wir sind daher zuversichtlich, dass es in wenigen Jahren eine EU-weite Regelung geben wird!"

Wie sehen Sie die Zukunft von Recyclingkarton, insbesondere im Lebensmittelbereich?

„Mayr-Melnhof Karton hat vor allem in den letzten Jahren enorme Fortschritte in Bezug auf Qualitätsverbesserung und Weiterentwicklung von Recycling-

karton erzielt. Der allgemeine Trend zur Forderung nach höherer Produktsicherheit wird sich meiner Meinung nach auch in der Zukunft fortsetzen. Themen wie BSE, Genetic Engineering und der Dioxinskandal haben dazu beigetragen, dass die Sicherheit des Konsumenten künftig oberste Priorität hat.

Auch wir sehen unseren Schwerpunkt - neben Optimierung der physikalischen Eigenschaften wie z.B. Glanz und Glätte des Kartons - weiterhin in der Produktentwicklung für den Bereich Lebensmittelverpackung. Und wir sind stolz bereits heute sagen zu können, dass unsere Recyclingkartonqualitäten auch bei strenger Gesetzgebung alle notwendigen Voraussetzungen erfüllen. Das bedeutet für unsere Kunden höchste Qualität und vor allem Sicherheit.“ ■

Carton of the year:

„Gipfelsieg“ für Mayr-Melnhof Packaging

Beim Procarton/ECMA Award 2003 ging der bedeutendste europäische Faltschachtelpreis, der „Carton of the Year“ heuer an den österreichischen Faltschachtelhersteller Mayr-Melnhof Packaging. Die pyramidenförmige Pralinenverpackung „Kitzbüheler Horn“ des Auftraggebers Confiserie Manfred Wiegand überzeugte die Jury vor allem durch ihre Einfachheit: klares Design in schwarz und weiß, keine Folie und kein Kunststoff, alle Einsätze aus Karton, kombiniert mit raffinierten Details wie etwa einer Relief-Prägung, die die Felsstruktur des Berges widerspiegelt.



v.l.n.r. Hannes Köck und Andreas Blaschke (Mayr-Melnhof-Packaging), Manfred Wiegand (Auftraggeber), Gerald Wahl (Chef der Designagentur Friends Connexion).



Kurzmitteilung +++ Kurzmitteilung +++ Kurzmitteilung +++ Kurzmitteilung

Cartonette-Release 11/03

Seit November 2003 ist die aktualisierte Version der Cartonette online verfügbar. Ein Mouseclick und Sie finden alle aktuellen technischen Werte zu den MM-Kartonsorten.

www.cartonette.com

Fettbarriere-Karton

Fettresistenter Kugellager-Karton

Ein neuer Fettbarriere-Karton aus unserem Schweizer Spezialitätenwerk, der sich mit Erfolg am Markt durchgesetzt hat.

Mayr-Melnhof Karton hat in Zusammenarbeit mit SKF, dem weltweiten Marktführer im Bereich Wälzlager und Dichtungen, einen weiteren Fettbarriere-Karton entwickelt. Diese Qualität stammt aus dem Schweizer Werk Karton Deisswil, das sich auf die Produktion von Sondersorten für besondere Ansprüche spezialisiert hat.

Der Kugellager-Karton aus der „Schweizer Spezialitätenfabrik“ ist so aufgebaut, dass das Fett, welches sich aus Schutzgründen nach wie vor am Verpackungsgut befindet, zwar etwas in die Oberfläche der Rückseite der Faltschachtel eindringen kann, aber nicht auf die bedruckte Vorderseite der Packung durchschlägt. Weder die gute Bedruckbarkeit noch die Klebefähigkeit wird durch die Fettbarriere beeinträchtigt. Dieser Fettbarrierekarton ist bereits seit mehr als einem Jahr im Einsatz und hat sich auf dem Markt erfolgreich bewährt.



Die Sondersorte kann unter folgender Sortenbezeichnung bestellt werden:

32.174 Swisschromo Rückseite hell, Kugellager (GT2) erhältlich in 400, 500 und 600 g/m²

Die Sorte wird im Regelfall alle vier Wochen produziert. Für weitere Auskünfte steht das Team im Werk Deisswil sowie unsere lokalen Vertriebsbüros gerne zur Verfügung.

Kurzmitteilung +++ Kurzmitteilung +++ Kurzmitteilung +++ Kurzmitteilung ++

Neuorganisation im Versand: Optimierte Lagerhalle für das Werk Baiersbronn

Das Versandlager im Werk Baiersbronn Frischfaser Karton wurde um 1600 m² erweitert. Die Bestückung des Lagers erfolgt über ein ca. 100 m langes, vollautomatisches Förderaggregat, welches die fertigen Paletten schnell und sicher transportiert. Die neue Halle wurde mit 3 Brückenrampen ausgestattet, um die Versandabwicklung besser gestalten zu können. Außerdem wurde seitlich ein

zusätzliches Verladetor installiert. „Mit Hilfe des Umbaus sowie der Neustrukturierung der internen Versandorganisation ist es uns gelungen, den Ablauf beim Verladen zu vereinfachen. Durch die reduzierte manuelle Manipulation werden die Packstücke geschont und gleichzeitig der Prozess beschleunigt“, so Stephan Klein, technischer Werksleiter in Baiersbronn.

