

Gleißmann Newsletter



Der aktuelle News-Service der Andreas Gleißmann GmbH

Andreas Gleißmann GmbH | Auf der Herrschwiese 15c | D - 49716 Meppen | Tel. +49 (0) 59 31 - 88 37 0 | www.andreas-gleissmann.de

August 2010

Editorial



In diesem Moment lesen Sie die erste Ausgabe unseres News-Services. Mit diesem und jedem folgenden Gleißmann Newsletter informieren wir Sie aktuell über wichtige Entwicklungen auf dem Verpackungsmarkt. Darüber hinaus haben wir für Sie natürlich auch vielseitige Informationen über die Leistungen der Andreas Gleißmann GmbH hineingepackt. Lesen Sie, wie Sie den Gleißmann-Einkaufs- und Produktservice für sich nutzen können. Unterm Strich sollen Ihnen alle Informationen dabei helfen, die Produktivität, Wirtschaftlichkeit und Effizienz in Ihrem Unternehmen zu steigern.

Ich wünsche Ihnen nutzwertige Leseminuten – und natürlich:
Immer die richtige Verpackung!

Ihr 
Andreas Gleißmann

+++ Auf dem PP- und PET-Markt haben die Rohstoffpreise mittlerweile den höchsten Stand in der Geschichte erreicht. +++

Verbunden damit sind derzeit lange Lieferzeiten und die Ankündigung von Verknappungen. Unsere Lieferanten berichten sogar von Kontingentierungen ihrer Vorlieferanten.

Verknappungen werden als Konsequenz zweifellos weitere Preiserhöhungen nach sich ziehen. Wahrscheinlich kann demnächst nicht einmal mehr eine allgemein gesicherte Versorgung im Bereich PP-Rohstoff gewährleistet werden, so die Prognosen unserer Lieferanten. Im Bereich OPA werden wir zum Teil schon mit Lieferzeiten von bis zu 18 Wochen konfrontiert.

+++ Im Bereich Papier, Karton und Pappe gib es insbesondere im Bereich der Wellpappe deutliche Preisanhebungen. +++

Diese werden mit den extremen Preisanstiegen insbesondere im Bereich der Altpapiere begründet. Dieser ergibt sich durch einen Mengenrückgang im Altpapier von teilweise 20-25% sowie krisenbedingte Schließung von Produktionsanlagen. Weiterhin wurden 6 Papierfabriken in Schweden bestreikt was zu Lieferausfällen bei den Herstellern führte.

Natürlich versichern wir Ihnen, dass wir alles in unseren Kräften stehende versuchen werden, um Sie – unseren Kunden – mit Ihren speziellen Anforderungen zufrieden zu stellen.

Durch vorausschauende Planung kann Problemen, die durch die oben beschriebene Situation entstehen könnten rechtzeitig begegnet werden.

*Dringende Hinweise unserer
Folien- und Kartouagen-
Lieferanten veranlassen uns,
Sie auf die prekäre Lage
auf dem Rohstoffmarkt
hinzuweisen!*

LIDL LOHNT SICH – AUCH IN PUNKTO NACHHALTIGKEIT?

Lidl fordert den Einsatz von FSC-Zertifizierungen für Verpackungskartonagen und hat damit eine Diskussion über Nachhaltigkeitsstandards in Gang gesetzt. Übergeht der Handelsriese Lidl mit seiner Forderung die Interessen und Möglichkeiten der Kartonagen-Industrie?

Handelsunternehmen wie Lidl – oder Aldi – fordern seit Neuestem strenge Nachhaltigkeitsstandards. Es geht u. a. um FSC-Zertifikate für Verpackungsprodukte. Kartonagen-Hersteller fürchten, dass dadurch ihre scharf kalkulierten Margen noch mehr beschnitten werden. Denn zertifiziertes Holz ist knapp und was knapp ist, ist teuer. Es stammt aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. Finnland ist einer der größten Lieferanten für zertifiziertes Holz. Die schweren Erntemaschinen können nur eingesetzt werden, wenn der Boden gefroren ist. Die Zeitspannen, in denen der Boden gefroren ist, und die Maschinen eingesetzt werden können, werden aber immer kürzer. Das haben die vergangenen Winter gezeigt. Verbote des Klimawandels; und Anzeichen dafür, dass zertifiziertes Holz bald noch mehr kosten könnte. Handelsunternehmen wie Lidl fordern trotzdem mit Nachdruck ein Zertifikat der nachhaltigen Forstwirtschaft. Und zwar einen extern kontrollierten Nachweis. Bisher kreierte der Handel eigene Labels und geriet so in die Schusslinie von Umweltschutzverbänden. Allen voran kritisierten der WWF und Robin Wood und machten das Thema öffentlich. Die Labels seien Verbrauchertäuschung. Die Discounter reagieren nun und fordern bis spätestens Mitte 2010 eine extern kontrollierte Nachhaltigkeitszertifizierung. Zur Not würde Aldi die Lieferanten wechseln – heißt es in der Branche. Auch Lidl zieht nach. Lidl will schon bald auf Produkte mit Umwelt-Siegel umstellen. Die Labels sollen sicherstellen, dass nicht mehr Bäume abgeholzt werden, als nachwachsen. Auch die Rückverfolgung vom Endprodukt bis zum Wald soll so gewährleistet sein.

Die Hersteller geben dem Druck missmutig nach. Die Lebensmittelzeitung schreibt dazu: „Sie (die Hersteller) befürchten eine Kostenexplosion, die letztlich auf ihren eigenen Schultern lasten bleibt. Denn zertifizierte Rohstoffe sind knapp. (...) Schon heute kostet Zellstoff, je nach Siegel, bis zu 8% mehr, als Standardware.“ Doch es geht nicht nur um begrenzte Verfügbarkeit; es geht auch um wachsende Nachfrage, die ihrerseits an der Kostenschraube drehen könnte. Preiserhöhungen, die der Endverbraucher trüge, können die Hersteller kaum erwarten.

Kostenentlastung könnte aber über einen optimierten Einkauf erreicht werden. Der finnische Holzkonzern Metsäliitto sagt dazu: „In Europa gebe es ohnehin hohe gesetzliche Anforderungen, die das Unternehmen nicht nur einhalte, sondern selbst beim Einkauf aus nicht zertifizierten Wäldern mit eigenen Kontrollen übertreffe.“ Fazit: Rohstoffe und Rohstoffpreise sind in den nächsten Wochen genau zu beobachten. Aber auch die Lieferanten. Hier kann ein cleverer Einkäufer – zum Beispiel für nicht extern zertifiziertes, aber von den Holzlieferanten kontrolliertes Holz – zeigen, was er für seine Kunden rausholen kann.

Das Label des Forest Stewardship Council (FSC) gilt international als eine der wichtigsten Auszeichnungen für die Verarbeitung von Holzfasern,



die nachweislich aus vorbildlich und verantwortungsvoll bewirtschafteten, nach FSC-Richtlinien zertifizierten oder anderen kontrollierten Quellen stammen. Der Forest Stewardship Council (FSC) ist eine internationale gemeinnützige Organisation, die das erste System zur Zertifizierung nachhaltiger Forstwirtschaft schuf, betreibt und weiterentwickelt. Gegründet wurde der FSC 1993. Mehr unter: www.fsc-deutschland.de

WETTBEWERBSVORTEILE CLEVER EINKAUFEN.

Der Einkauf wird zunehmend zum dicksten Kostenbrocken im Unternehmen. Wer sich nicht daran verschlucken will, steuert clever dagegen. Mit verbesserten Einkaufspreisen ist beim Thema Verpackung deutlich mehr Rendite drin.

Die qualitativen und quantitativen Anforderungen an den Einkauf steigen; leider nicht selten auch die Kosten, die damit verbunden sind. Nicht jedem ist dabei klar, wie positiv sich ein kostenoptimierter Einkauf hier auf die Rendite auswirken kann.

Mit Ihrem externen Glißmann-Einkäufer „kaufen“ Sie sich viele Vorteile ein. Er ist Vertrauensperson für Ihr hauseigenes Einkäufer-Team; er ist Ihr Netzwerker für effektive Beschaffung von Verpackungslösungen; er ist Ihr Trendscout für innovative Verpackungslösungen, Produkt-Verpackungen und -Ausstattungen. Über Glißmann-Einkäufer nutzen Sie Kontakte zu Top-Lieferanten weltweit. Sie lassen Märkte und Marktbewegungen beobachten, Innovationspotenzial von extern erschließen und Ihre Produktionskosten eingrenzen. Glißmann-Einkäufer sind aber auch Know-how-Lieferanten. Sie sorgen für Wissenstransfer aus dem Lieferantennetzwerk direkt in Ihr Unternehmen. So können Sie Marktentwicklungen beobachten und analysieren, Innovationsschritte des Wettbewerbs frühzeitig erkennen und Ihre Lieferanten besser bewerten und entwickeln.

WÄRMSTENS ZU EMPFEHLEN:

Thermisch drucken mit Glißmann.

Vom Band oder von der Rolle: Der Thermotransferdruck ist im Hause Glißmann mehr als ein Thema, das mitläuft. Glißmann liefert schon seit vielen Jahren Qualitätsthermotransferbänder und -Etiketten an zahlreiche Kunden. Thermotransferbänder gehören zum Verbrauchsmaterial. Sie sind damit Standard, den Kunden aber einfach erwarten, wenn es um Zuverlässigkeit und schnelle Verfügbarkeit geht. Etiketten – auch fertig bedruckt – werden von der Glißmann-Kundschaft meist direkt von der Rolle bestellt. Als qualitativ hochwertige Druckerzeugnisse kommen sie als Barcodes, Seriennummern oder in Form anderer variabler Daten international zum Einsatz.



AUF DEN PUNKT: ETIKETTEN, EFFIZIENT UND EDEL.



Mit der Inbetriebnahme der neuen MPS Druck-Maschine bei einem unserer Druckpartner, bieten wir unseren Kunden mehr Druck-Effizienz. Die MPS ist besonders stark in Punkto Multilayer-Etiketten-Druck. Diese Etiketten werden entweder als Funktions- oder als Promotionsetiketten eingesetzt. Das Stichwort lautet hier höchste Druck-Effizienz. Die MPS kann im Multilayer-Etiketten-Druck entweder viel Text auf wenig Raum unterbringen oder einen individuellen Code (z. B. für MusicLoad) drucken.

Besonderes punktet die MPS aber mit vielfältigen Veredelungsmöglichkeiten. Glänzend, matt oder partiell können z. B. Duftlacke, Nachleuchtfarben oder thermointensive Farben aufgebracht werden. Ein Beispiel aus der Praxis, bei dem sowohl Etikettierung als auch Veredelung zur Anwendung kommen, ist das so genannte 3-Lagen-Etikett. Es bietet sehr viel Platz und eignet sich z.B. für Gebrauchsanweisungen in mehreren Sprachen. Mit unterschiedlichsten Veredelungsmöglichkeiten widersteht das auf allen Seiten bis zu 4-farbig bedruckte Etikett auch härtesten Beanspruchungen.

Ein weiteres Top-Feature ist das Perfect-Highlight-System. Dank spezieller Rasterwalzen und darauf abgestimmter Druckplatten ist es damit nahezu möglich, in Offsetqualität zu drucken (Ein Punkt von 0,8% druckt noch aus).


Andreas Glissmann GmbH
Einkauf+Produktservice

Auf der Herrschwiese 15c
D - 49716 Meppen
Tel. +49 (0) 59 31 · 88 37 0
www.andreas-glissmann.de