

Cup & Co.

Das Magazin für
Lebensmittel-Verpackungen
Juli 2009

SwissPrimePack AG
Oberriererstrasse 53/55
CH-9450 Altstätten
Tel. +41 71 757 71 11
www.swissprimepack.ch

TECHNIK

**Kompetenzen
und Kunden-
nutzen**

INDUSTRIE-VERPACKUNGEN

**Emmi
CAFFÈ LATTE
schmeckt
und weckt**

**1-Jahr-
Jubiläum**

SwissPrimePack



Liebe Leserin, lieber Leser

Vor einem Jahr haben sich die Albiplast AG und die Bel-laplast AG zusammengeschlossen und ihre Tätigkeiten in der SwissPrimePack AG weitergeführt. Es freut uns natürlich sehr, dass das neue Unternehmen gut gestartet ist und erste wichtige Erfolge erzielt werden konnten. Ein wesentlicher Grund für diese erfreuliche Entwicklung ist unsere langjährige und solide Kundenbasis, mit der wir auch in diesem ersten Jahr als SwissPrimePack AG wichtige neue Projekte in Angriff nehmen durften.

Der gute Start ermutigt uns, die gesetzten Ziele konsequent aber auch mit der nötigen Sorgfalt weiter zu verfolgen und uns den künftigen Herausforderungen zu stellen. Dabei setzen wir unsere Schwerpunkte auf nachhaltiges Wachstum getrieben durch Innovation und höchste Produkt- und Service-Qualität.

Aufgrund des 1-jährigen Jubiläums berichten wir in dieser Ausgabe von Cup & Co deshalb von unserem Unternehmen, unseren Absichten, unseren Zielen und von den neuen Führungsmitgliedern in der Geschäftsleitung. Wir hoffen, dass der eine oder andere Beitrag auf Ihr besonderes Interesse stossen wird und wünschen Ihnen viel Lesevergnügen.

Die Zeit der Fusion war mit einigen Veränderungen verbunden, die sich auch in der Marktbearbeitung und Kundenbetreuung nicht ganz vermeiden liessen. Sie haben vielleicht einen neuen Ansprechpartner erhalten oder eine unbekannte, wenn auch nicht weniger charmante Stimme hat Ihre Wünsche am Telefon entgegengenommen. Wir möchten diese Gelegenheit nutzen und Ihnen danken, dass wir für diese Umstellungen auf Ihr Verständnis zählen durften.

Ihr
Jan Schürmann
CEO

Emmi CAFFÈ

Viele Faktoren haben zur Erfolgsgeschichte dieses exquisiten Kaffeegetränks beigetragen. Dazu gehört auch die Verpackung. Sie enthält oft Feinheiten, die für den Konsumenten nicht vorrangig wahrnehmbar sind, letztlich aber einen markanten Kundennutzen mit sich bringen. In der langjährigen Zusammenarbeit mit Emmi, dem grössten Milchverarbeiter der Schweiz, sind denn auch interessante Verpackungslösungen entwickelt worden. Zwei davon möchten wir Ihnen im nachstehenden Beitrag vorstellen.

Für Aufsehen sorgt der neue Designauftritt von Emmi CAFFÈ LATTE: Das stilvolle Design besticht durch seine schlichte Eleganz und unterstreicht die Premium-Position der Marke.



LATTE schmeckt und weckt



Emmi CAFFÈ LATTE mit Trinklochdeckel

Der Genuss eines eisfrischen Emmi CAFFÈ LATTE muss auch beim Unterwegs-Konsum garantiert sein. Dafür ist ein besonderer Trinklochdeckel entwickelt worden, der eine einfache Handhabung möglich macht.

Der Deckel ist zweistufig. Als Ausenstülpedeckel übernimmt er die Verschlussfunktion beim abgefüllten und versiegelten Becher. Nach dem Entfernen der Alu-Versiegelung erfüllt er die Funktion als Innenverschlussdeckel und dichtet den Becher verlässlich ab. Das mundgerecht geformte Trinkloch im erhöhten Deckelrand bietet angenehmen Trinkgenuss. Der Spiegel, also die Vertiefung auf der Deckeloberseite, gewährt zudem eine gute Stapelbarkeit im Regal und im Kühlschrank.

Allein durch die umsichtige Formung und Konstruktion des Deckels kann mehr Convenience angeboten werden – im Gebrauch und beim Geniessen.

Sleeve-Folie mit Reissnaht

Eine Promotion besonderer Art wird derzeit auf dem österreichischen Markt durchgeführt. Dabei ist die beidseitig bedruckte Sleeve-Folie für einmal im Fokus des Projektes.

Bei dieser On-Pack Promo wird ein Gewinncode auf die Innenseite des Sleeves gedruckt. Eine speziell gestanzte Reissnaht im Sleeve erlaubt ein sauberes Abtrennen der Folie, wodurch der innen aufgedruckte Code deutlich ablesbar wird. Alle Codes sind übrigens in einem eigens dafür gestalteten File im Emmi System hinterlegt. Die Gewinncodes können von den Konsumenten auf der

Promo-Seite im Internet eingelöst werden – www.emmi-urlaubsgeld.at.

Die Sleeve-Folie mit dieser neuartigen Reissnaht ist für Emmi von der Firma Nyco Flexible Packaging GmbH entwickelt worden und wird durch die SwissPrimePack AG in einem besonderen Heissdampfverfahren aufgetragen. Dieses Beispiel zeigt, dass die Verwendung von Sleeves im Bereich der Premium-Verpackungen noch längst nicht ausgereizt ist und die visuelle Attraktivität und Anwendung solcher feinbedruckter Folien ungebrochen interessant bleibt.

Trinkfest in den Sommer

Emmi hält auch für diesen Sommer einige Überraschungen bereit und lässt seine Konsumenten in eine echte, originale Kaffee-Welt eintauchen.

Emmi CAFFÈ LATTE ZERO

Die Trendsorte Zero wird zum Sommerhit: Mit dem geschmacksintensiven, vollmundigen Malabar Kaffee aus dem indischen Hochland garantieren wir den echten Kaffee-Genuss – und dies ohne Zusatz von Zucker oder Süßungsmittel. Zusätzlich ist Emmi CAFFÈ LATTE ZERO frei von Laktose. Mit 110 Milligramm Koffein pro Becher zählt Zero zu den Sorten der Stärkeklasse «strong».



Neu im Weight Watchers Sortiment

Der federleichte Genuss von Emmi CAFFÈ LATTE LIGHT ist seit Mitte April 2009 neu auch unter dem Label Weight Watchers exklusiv im Coop erhältlich. Ein Becher enthält 41 kcal und 0,7g Fett pro 100ml – dies entspricht gerade mal 2 Punkte auf der Weight-Watchers-Skala. Mit diesem neuen Konzept sorgt Emmi CAFFÈ LATTE auch bei besonders linienbewussten Konsumenten für ein genussvolles Kaffee-Erlebnis.

Jahresjubiläum

Was vor einem Jahr mit der Fusion der beiden Schweizer Traditionsunternehmen Albiplast AG und Bellaplast AG seinen Anfang genommen hat, ist heute in der SwissPrimePack AG gefestigt und konsolidiert. Die alten soliden Werte werden weiter gepflegt, Neues mit der nötigen Sorgfalt angepackt, und die Synergien der Unternehmen gezielt in eine kunden- und markt-nahe Unternehmensleistung gelenkt.

Die Fusion war mit vielen Änderungen verbunden. Zwei unterschiedliche, bislang eigenständige Kulturen mussten zusammengeführt, das vorhandene Knowhow verknüpft, die beiden Produktionsstandorte in Altstätten und Niederuzwil optimiert und die zum Teil ungleichen Organisationseinheiten harmonisiert und vereinheitlicht werden. Keine leichte Aufgabe, wenn man bedenkt, dass sich das Unternehmen gleichzeitig eine weitere Internationalisierung in Europa zum Ziel gesetzt hat.

Wir haben uns bei Jan Schürmann, CEO und Teilhaber und seinen Geschäftsleitungskollegen Thomas Leng, CTO (Technischer Leiter), sowie Philipp Hecht, CFO nach den Erfahrungen, den Erschwernissen, aber auch nach den Erfolgen und Aussichten im ersten Jahr seit der Zusammenführung erkundigt.

Herr Schürmann, wie sind Sie durch die Mitarbeitenden der beiden Unternehmungen aufgenommen worden?

Sehr gut danke. Die SwissPrimePack verfügt über viele grossartige Mitarbeiter, die sich enorm für das Unternehmen und seine Kunden einsetzen. Das ist natürlich eine hervorragende Basis um die Zukunft in Angriff zu nehmen. Zudem habe ich festgestellt, dass durch die bereits bestehende, jahrelange Zusammenarbeit zwischen den beiden Firmen der Gedanke einer möglichen Fusion für viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht überraschend kam. Das hat mir zu einem erfreulich positiven Einstieg in das neue Unternehmen verholfen. Fördernd war auch der Umstand, dass beide Unternehmen auf dem

Gebiet der Kunststoffverpackungen für die Nahrungsmittelindustrie schon spezialisiert waren und im Grundsatz die gleichen Interessen verfolgten.

Was waren in diesem ersten Jahr Ihre grössten Herausforderungen?

Die Integration zweier unterschiedlicher Kulturen und Organisationen ist eine anspruchsvolle Aufgabe. Das hat zu Beginn einige Reibungen verursacht und das Umdenkungsvermögen und die Anpassungsfähigkeit der Mitarbeiter gefordert. Heute haben wir die «Fusionserschütterungen» hinter uns. Das Unternehmen ist gut aufgestellt, mit motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Wir haben übrigens keine Veranlassung gehabt, die neue Organisation in ihren Grundstrukturen zu verändern. Die alten, bestandenen Werte behalten nach wie vor ihre Gültigkeit und Aner-

kennung, die gegenseitigen Stärken versuchen wir gezielt zu nutzen und durch neue zu ergänzen. Wichtig ist am Ende, dass wir übergreifende Themen auf einen gemeinsam getragenen Nenner bringen.

Sie werden in Ihrer Führungsaufgabe von Herrn Leng und Herrn Hecht unterstützt. Welche vordringlichen Schwerpunkte und Massnahmen haben Sie sich gesetzt?

Jan Schürmann: Allein mit dem neuen Firmennamen «SwissPrimePack» geben wir ein Statement ab, das uns hoher Qualität verpflichtet. Qualität verstehen wir in einem sehr umfassenden Sinne, die wohl die Produkt- und Servicequalität aber auch die Prozesse oder die Arbeitssicherheit beinhaltet. Wir wollen höchste Ansprüche, auch bei den massengefertigten Produkten, abdecken können.

Wir möchten uns als langfristiger Partner und «preferred supplier» etablieren.
Jan Schürmann



Wir sehen in diesen wirtschaftlichen Erschwernissen durchaus auch eine Chance.

Philipp Hecht



Philipp Hecht: Die aktuelle Wirtschaftslage spielt auch ihren Part in diesen Entscheidungen. Wir gehen davon aus, dass uns zwei schwierige Jahre bevorstehen, wo auch unsere Kunden Absatzrückgänge und Konsumeinbussen bei bestimmten Produkten in Kauf nehmen müssen. Dieser Situation schenken wir viel Aufmerksamkeit und Zeit, um sicherzustellen, dass wir gut darauf vorbereitet sind. Ein grosses Thema ist das Erhalten und wo notwendig Schaffen von flexiblen Strukturen, welche uns ein schnelles und wirksames Umsetzen ermöglicht. Wir sehen in diesen wirtschaftlichen Erschwernissen durchaus auch eine Chance.

Thomas Leng: Die Umsetzung der Qualitäts- und Arbeitssicherheitskonzepte sind voll im Gange. Die Prozessverbesserungen, deren bewährtesten Elemente wir von beiden Unternehmungen selektiv integrieren, sprechen bereits an und die Produktion, welche die genannten, hohen Qualitätsansprüche zu erfüllen hat, muss auf ideale Bedingungen zurückgreifen können. Dazu sind Umstellungen in den Produktionsabläufen und einige zukunftsgerichtete Investitionen notwendig. Zudem müssen wir unseren Kunden auch eine ausgereifte Logistik, in der die internen und externen Steuergrossen der Planung berücksichtigt werden können, anbieten. Dafür haben wir eine besondere Leitstelle im Supply Chain Management geschaffen.

Welche Elemente sind Ihnen wichtig, um das fusionierte Unternehmen erfolgreich in die Zukunft zu steuern?

Jan Schürmann: Die SwissPrimePack soll an Marktstärke gewinnen können. Also ist es naheliegend, dass wir die vorhandenen Stärken beider Standorte bündeln und konzentriert einsetzen. Unseren bestehenden Kunden gilt natürlich unsere Hauptaufmerksamkeit zudem haben wir uns aber auch das Ziel gesetzt unser Wachstum auf den Europäischen Märkten voranzutreiben. Aber kurzfristiges Wachstum ist nicht das Ziel – wir möchten uns als langfristiger Partner und «preferred supplier» etablieren.

Zwischenfrage, Herr Schürmann. Sie wollen eine Art Klassenerster in der Branche werden?

In gewissem Sinne schon. Wie erwähnt, steht hinter «SwissPrimePack» allein schon eine Verbindlichkeit, der wir uns nicht entziehen wollen. Wir bekennen uns zu «Prime Pack» und an der kontinuierlichen Verbesserung dieses Versprechens wollen wir arbeiten. Zudem werden alle unsere Produkte ausschliesslich in der Schweiz hergestellt und dieses Swiss Made bringt auch eine Verpflichtung mit sich.

Herr Leng, zwei geografisch unterschiedliche Produktionsstandorte, ist das nicht ein Erschwernis?

Es ist durchaus verständlich, dass ein dadurch hervorgerufener, zusätzlicher Logistikaufwand auf den ersten Blick als Nachteil eingestuft wird. Aber das allein ist für mich nicht entscheidend. In den vergangenen Jahrzehnten hat sich an den beiden Standorten Niederuzwil und Altstätten ein grosses Mass an unterschiedlichem, voneinander unabhängigem Knowhow entwickelt, das wir heute gezielt einsetzen können. Daraus ergeben sich wertvolle Synergien und eine optimierte Fachkompetenz. Die Vorteile überwiegen also deutlich. Am Ende profitieren unsere Kunden durch die unterschiedlichen Verfahren und Produktionsmöglichkeiten von einer umfangreicheren, anspruchsvollen Produktpalette und einer breit abgestützten

Unser Premium-Material «c-fine» könnte durchaus den Weg in die Molkerei-industrie finden.

Thomas Leng





Die SwissPrimePack-Geschäftsleitung, von links: Thomas Leng, CTO (Technischer Leiter), Jan Schürmann, CEO und Teilhaber und Philipp Hecht, CFO.

Erfahrung. Als Beispiel hierzu dient unser spezielles Premium Material «c-fine», welches ursprünglich im Service Verpackungsbereich seinen Einsatz fand und dann vermehrt auch bei Eiscreme Verpackungen eingesetzt wurde. Dieses könnte neu durchaus auch den Weg in die Molkereindustrie finden und dort bei Premium Produkten eingesetzt werden.

Herr Hecht, wie empfinden Sie die Fortschritte bei der Integration der beiden Unternehmen?

Die Integration der beiden Firmen verläuft gut, wenn auch klar ist, dass noch nicht alles abgeschlossen ist und somit weiteres Verbesserungspotential besteht. Aber es ist doch bemerkenswert, wie kompakt die neue Organisation bereits dasteht. Wenn man bedenkt, dass nebst der eigentlichen Fusionsarbeit die Wirtschaft angefangen hat verrückt zu spielen, ist das keine Selbstverständlichkeit. Die strukturellen Anpassungen, die auf Grund der veränderten, wirtschaftlichen Marktlage vorgenommen worden sind und dem Unternehmen grössere Flexibilität gebracht haben, vermitteln mir ein sehr gutes Gefühl.

In der heutigen wirtschaftlichen Situation sind Sie als Finanzchef besonders gefordert. Welche Empfehlungen bringen Sie in die Geschäftsleitung ein?

Aus meiner Sicht empfehlenswert ist sicherlich, dass wir weiterhin unser Hauptaugenmerk unseren Kunden widmen und mit Ihnen gemeinsam ein nachhaltiges Wachstum anstreben. Die technischen Voraussetzungen dafür sind seit der Fusion geradezu ideal. Mit unserer Stammkundschaft lässt sich selbst eine Expansion im umliegenden Europa erreichen. Die kürzlich abgeschlossenen Grossprojekte mit einem international führenden Nahrungsmittelhersteller im Europäischen Markt, aber auch mit einem der grössten europäischen Vendingoperator sind gute Beispiele. Die Möglichkeiten sind da und wir können sie für alle Parteien in gewinnbringender Weise nutzen.

Herr Schürmann, dürfen wir Sie noch um ein Schlusswort bitten?

Ja, selbstverständlich. Ein wichtiges Anliegen blieb noch unausgesprochen. Der nun abgeschlossene Prozess der Zusammenführung zweier Unternehmen hat

auch von unseren Kunden und anderen Geschäftspartnern viel Verständnis abverlangt, denn die Änderungen, die zum Teil mit einem Wechsel der Ansprechpartner verbunden waren, haben die Kontakte und das Alltagsgeschäft beeinflusst. Für dieses Verständnis bedanke ich mich ganz herzlich.

Der gemeinsame Erfolg mit unseren Kunden und damit verbundenes nachhaltiges Wachstum werden unverändert im Mittelpunkt unserer täglichen Arbeit stehen. Durch unternehmerisches Denken und Handeln wollen wir unsere Ziele erreichen und Schritt für Schritt besser werden. Dabei erachte ich die Stabilität, die auf langjähriger Erfahrung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beruht, als besonders wichtig.

Wir werden uns aber natürlich genauso mit Freude und Offenheit an Neuem orientieren und unsere Aufmerksamkeit beispielsweise wichtigen Innovationsthemen wie umweltfreundlichen Verpackungslösungen widmen. Wir haben noch viel vor und packen die Zukunft voller Energie an.

Herr Schürmann, Herr Hecht, Herr Leng, vielen Dank für das Gespräch.

Kompetenzen und Kundennutzen

Mit der Verschmelzung zweier Unternehmen bieten sich auch in den technischen Bereichen neue Möglichkeiten an. Durch die bewusst angestrebte Synergiewirkung bei der Zusammenführung unterschiedlicher Herstellverfahren und praktischem Knowhow erhält das neue Unternehmen ein interessantes Kompetenzpotenzial. Allein deshalb, weil der Kundennutzen, der sich daraus ableiten lässt, allen Beteiligten neue Chancen aufzeigt.

Die Fusion der SwissPrimePack hat es ermöglicht vorhandene Kompetenzen bei den Herstellungs- und Veredelungsverfahren unserer Kunststoffverpackungen zu bündeln und hieraus einen Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen. Die einzelnen Kompetenzen wie Tiefziehen, Spritzgiessen, Bedrucken, Sleeven und Etikettieren der beiden Werke arbeiten eng mit der zentralen Entwicklung in Altstätten zusammen. Daraus ergeben sich erhebliche Effizienzsteigerungen in der Entwicklung neuer Produkte sowie in der Optimierung der jeweiligen standortsbezogenen Prozesse und Herstellverfahren.

Als gutes Beispiel ist hier sicherlich die optimale Anpassung der Produkte unterschiedlicher Herstellverfahren wie spritzgegossener Deckel mit tiefgezogenem Behälter (oder tiefgezogenem Deckel mit gespritztem Behälter) inklusive der ideale Veredelung zu betrachten. Die enge Zusammenarbeit der Produktionsleitung aus Niederuzwil und Altstätten mit der Projektleitung ermöglicht hier eine optimale und sehr flexible Anpassung an die Kundenbedürfnisse und die Produktqualität. Aus diesen Erfahrungen ergeben sich dann neue Ideen zur Verbesserung aktueller und natürlich auch zur Entwicklung neuer Produkte. Die enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Lieferanten erlaubt es uns dann durch gezielte Versuche neuer Produktmerkmale und Produktionsstrategien die best mögliche Verpackungslösung unseren Kunden vorzustellen.

Zum Anderen tauschen wir unsere gemeinsamen Kenntnisse und Erfahrungen zur Herstellung thermoplastischer Verpackungen aus. Die Kompetenz beim Spritzgiessen wurde hier in Niederuzwil und die Herstellung von hochwertigen Folien in Altstätten gebündelt. An der ständigen Anpassung und Optimierung der gesamten Supply Chain arbeitet hierzu unser Supply Chain Manager eng mit der Produktionsplanung, dem Einkauf und dem Verkaufsdienst zusammen, damit eine gezielte Gestaltung und Steuerung des Kernprozesses Supply Chain gewährleistet ist. Auftragsplanung, Produktionsplanung, Lager und Distributionslogistik haben einen entscheidenden Einfluss auf unsere Flexibilität und sind somit den Marktbedürfnissen stark angepasst.

Die daraus resultierenden stetig steigenden Anforderungen an unsere Mitarbeiter in der Produktion machen es daher notwendig unsere Betrachtung in Bezug auf Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit ständig neu zu definieren. Aus diesem Grund haben wir uns dazu

entschlossen in einem zweijährigen Projekt mit der SUVA (Schweizerische Unfallversicherungsanstalt) die Sinne für Arbeitssicherheit, Ordnung und Sauberkeit und somit auch für Qualität weiter zu schärfen. In einem Kaderseminar über integrierte Sicherheit Mitte März wurden unsere hohen Anforderungen in einen Aktionsplan zusammengefasst, dessen Umsetzung schon in vollem Gange ist.

Mit grosser Begeisterung und Initiative arbeiten wir in diesem Bereich an kontinuierlichen Verbesserungen. Beide Werke können hier von den Lösungen profitieren und sich gegenseitig inspirieren. Wir legen hohem Wert auf die Umsetzung verbesserter Sicherheitsstandards und sind davon überzeugt damit auch unsere Qualität ständig verbessern zu können. Die hohe Aufmerksamkeit in diesem Bereich kommt also letztlich auch wieder unseren Kunden zu Gute.

Wir sind also gut gerüstet für die Zukunft und freuen uns auf die Herstellung aktueller und neuer Kunststoffverpackungen.



Produkt mit tiefgezogenem Deckel und spritzgegossenem Behälter (links) und umgekehrt (rechts)

Eisbecher, bedruckt



Joghurtbecher, bedruckt



Frischkäsebecher, bedruckt



Automatenbecher C-Fine, bedruckt



Automatenbecher C-Fine, bedruckt



Trinkbecher, gesleevt mit Reissnaht



Grenadinebecher C-Fine, bedruckt



Joghurtbecher, bedruckt



Automatenbecher, bedruckt



Schweiz

SwissPrimePack AG
Oberrieterstrasse 53/55
CH-9450 Altstätten
Tel. +41 71 757 71 11
Fax +41 71 757 71 10
info@swissprimepack.ch
www.swissprimepack.ch

Frankreich

SwissPrimePack Sàrl
19, Résidence Sundhalt
FR-67330 Bouxwiller
Tel. +33 (0)388 71 33 65
Fax +33 (0)388 71 32 47
info@swissprimepack.fr
www.swissprimepack.fr

Grossbritannien

SwissPrimePack Ltd.
Curbridge Business Park
GB-Witney Oxon OX29 7WJ
Phone +44 870 241 0285
Fax +44 870 241 0286
info@swissprimepack.co.uk
www.swissprimepack.co.uk