

Pressemitteilung

Stabil und hochdekoriert durch die Krise: Weidenhammer-Verpackungen auf der FachPack 2009

Hockenheim / Nürnberg, 29. September 2009 – Auch in Zeiten der Wirtschaftskrise sieht die Weidenhammer Packaging Group, weltweit einer der führenden Anbieter von stabilen, hochdekorierten und modernen Convenience-Verpackungen aus Karton und Kunststoff, keinen Grund ihren bisherigen Kurs zu ändern. Im Gegenteil: Auf der FachPack 2009 präsentiert sich die Gruppe einmal mehr stabil und gut aufgestellt. Besucher finden in Halle 5 an Stand 5-345 das gesamte Spektrum an Weidenhammer-Verpackungslösungen – darunter maßgeschneiderte Kombidosen für spezielle Produktgruppen wie Snacks und Instantgetränke oder hochdekorierte Kunststoffverpackungen für Wurst und Eis. Zum Boomfaktor könnte sich zudem bald PermaSafe, die neuartige Verpackung für klassische Konserven, entwickeln: Bereits Mitte Oktober kommt das erste Produkt in PermaSafe in den Handel.

„Wirtschaftskrisenzeiten waren bisher selten schlecht für unser Geschäft“, ist Ralf Weidenhammer, Geschäftsführer der Weidenhammer Packaging Group (WPG), überzeugt: „Vorausgesetzt man hat schon vor der Krise die richtigen Produkte und Konzepte – und bleibt diesen auch dann treu, wenn der Wind mal etwas schärfer weht.“ Die mittlerweile dritte Teilnahme an der FachPack steht für Europas Marktführer im Kombidosensegment außer Frage – zumal sich gerade in den zurückliegenden Monaten gezeigt hat, wie wichtig die europäischen Kernmärkte, allen voran Deutschland, für das Unternehmen sind: „Während die Wachstumsmärkte in Osteuropa in den vergangenen Monaten zum Teil erheblich gelitten haben und deutliche Rückgänge verbuchten, erweisen sich die Märkte in der Euro-Zone mit Deutschland an der Spitze als weitgehend stabil“, erklärt Ralf Weidenhammer. „Das erste Halbjahr ist für uns deshalb wie erwartet gut verlaufen und wir sind zuversichtlich, dass wir auch dieses Jahr unsere Ziele erreichen können.“

Maßgeschneiderte Verpackungslösungen für den Handel

Die FachPack ist für Weidenhammer allerdings nicht nur in dieser Hinsicht ein guter Gradmesser für die aktuelle Stimmung am Markt: „Die FachPack ist der Höhepunkt dieses Messejahres“, so Weidenhammer. „In Nürnberg treffen wir unsere Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, präsentieren neue Konzepte und Produktinnovationen und diskutieren mögliche Folgeprojekte.“

Ein Schwerpunkt des Auftritts der Hockenheimer liegt dabei auch 2009 auf Verpackungen für Lebensmittel: „Im Kombidosenbereich richten wir den Fokus weiterhin auf Lösungen für den Snackbereich sowie für Instantgetränke“, erklärt Rolf Regelman, in der Geschäftsleitung der WPG zuständig für den Vertrieb. „Hier verfügen wir über langjährige Expertise und sehen für uns auch weiterhin wichtige Wachstumschancen.“ Neben der SnackCan – Weidenhammers Verpackungslösung für Stapelchips – werden Kombidosen für Nussprodukte wie gesalzene Erdnüsse, aber auch neue Lösungen für süße Snacks und Karamellen vorgestellt. „Hier dringen wir weiter in ein Warenssegment vor, das bislang weitgehend noch von Weißblech- und flexiblen Verpackungen dominiert wird“, so Regelman.

Im Bereich der Instantgetränke stehen neben Kombidosen für Kaffee- und Kakaospezialitäten auf der FachPack Verpackungslösungen für hochempfindliche Getränkgranulate wie Baby-Tees im Zentrum. „In all diesen Bereichen sehen wir die Kombidose klar im Vorteil“, so Regelman. „Unsere Dosen zeichnen sich durch hohe Stabilität und hervorragende Dichteigenschaften aus. Sie sind ein ideales Marketinginstrument mit hoher Regalpräsenz und großem Differenzierungspotential. Und sie bieten dem Verbraucher hohe Convenience, etwa durch ihre Wiederverschließbarkeit.“ Dieser Zusatznutzen für den Verbraucher wird unter anderem durch besondere Verschlüsse und (Streu-)Deckellösungen gesteigert.

„Der Trend zu maßgeschneiderten Verpackungslösungen mit Zusatznutzen ist ungebrochen“, bestätigt auch Ralf Weidenhammer. „Wir sind Markt- und

Technologieführer und investieren deshalb jedes Jahr erheblich in Forschung und Entwicklung.“ Dass die WPG bisher gut durch das Krisenjahr gekommen ist, sieht Ralf Weidenhammer auch als Verdienst der konsequenten Ausrichtung des Unternehmens auf neue Märkte und Kunden in den zurückliegenden Jahren: „Wir sind *der* Spezialist für hochdekorierte, stabile Convenience-Verpackungen in Europa – im Karton- wie auch im Kunststoffbereich“, so Weidenhammer. „Wir haben eine einheitliche Unternehmensstrategie und verfolgen ein klares Ziel: solides, gesundes Wachstum mit unseren Kunden. Überzogene Risiken gehen wir nicht ein. So bleiben wir auch in schwierigeren Zeiten auf Kurs.“

Erstes Produkt in PermaSafe im Handel

Dies gilt 2009 auch für die Kunststoffochter Weidenhammer Plastic Packaging (WPP). Erst 2005 gegründet, schrieb die WPP mit Sitz im sächsischen Zwenkau nahe Leipzig bereits im zurückliegenden Geschäftsjahr – und damit ein Jahr früher als erwartet – schwarze Zahlen. Mit ihrem klaren Fokus auf hochdekorierte Kunststoffverpackungen im Inmould-Labeling-Verfahren (IML) konnte sich Weidenhammer erfolgreich in dem für die Gruppe neuen Markt etablieren und sukzessive neue Marktsegmente und Kunden erschließen.

Auf der FachPack 2007 präsentierte die WPP dabei erstmals PermaSafe, eine neuartige Kunststoffverpackung für pasteurisierte und sterilisierte Lebensmittel. „Das Interesse an PermaSafe war von Anfang an enorm. Schon direkt nach der FachPack 2007 erhielten wir zahlreiche Anfragen und gingen bereits Anfang 2008 in erste konkrete Projekte“, so Andreas Rothschild, Sales Director bei Weidenhammer Plastic Packaging. Pünktlich zur FachPack 2009 kann nun das erste Produkt in einer PermaSafe-Verpackung präsentiert werden: Mitte Oktober kommen die ersten drei Sorten der „Heideverführung“ von Müller’s Hausmacher-Wurst in den Handel – und lassen die „Neuerfindung der Konserve“ endgültig Wirklichkeit werden.

Auf der FachPack 2009 wird die WPP darüber hinaus ihr gesamtes Portfolio an Kunststoffverpackungen für empfindliche Feuchtprodukte wie

Feinkostsalate, Fisch- und Molkereiprodukte oder Senf bis hin zu aufwändigen IML-Verpackungen für Fleisch- und Wurstwaren oder Eis präsentieren. „Auch hier bleiben wir unserer Linie treu“, erklärt Rothschink: „Wir entwickeln alle Verpackungen in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden und individuell auf jedes Produkt zugeschnitten.“

Kurzportrait Weidenhammer Packaging Group

Die Weidenhammer Packaging Group (WPG) ist mit zwölf Produktionsstätten, rund 970 Mitarbeitern und einem geplanten Jahresumsatz von 190 Millionen Euro für 2009 weltweit einer der führenden Anbieter von stabilen, hochdekorierten und modernen Convenience-Verpackungen aus Karton und Kunststoff. Das 1955 in Hockenheim gegründete, mittelständische Familienunternehmen ist europäischer Markt- und Technologieführer im Bereich Kombidosen und Kombitrommeln. Seit 2005 erweitert eine eigene Kunststoffsparte (Weidenhammer Plastic Packaging) das Angebot der Gruppe um hochwertige Kunststoffverpackungen im Spritzgussverfahren und Inmould-Labeling-Technik, vorzugsweise für gekühlte, tiefgekühlte und konservierte Lebensmittel. Zum Kundenkreis zählen internationale Markenartikler wie Unilever-Bestfoods, Nestlé, Procter & Gamble oder BAT. Mehr Informationen im Internet unter www.weidenhammer.de.

Pressekontakt

Communication Harmonists

Johannes Dürr

Poststraße 48, 69115 Heidelberg, Germany

Tel. +49 (0) 6221 905 74 20

Fax: +49 (0) 6221 905 74 11

johannes.duerr@commha.de

www.communicationharmonists.de