Pro Carton Magazin 2012

pro carton

Der vollständige Text aller E-News in 5 Sprachen und Fotos in Druckqualität auf **www.procarton.com/news**

Informationen über die Faltschachtelverpackung

Marken: **Vom Ursprung der Marken**

Marketing: **Szenario 2012**

Studien: **Der Verpackungs-Effekt**

Design-Awards: **Im Olymp des Verpackungsdesigns**

Events: **Pro Carton-Kongress**

Nachhaltigkeit: **Maximale Nutzung der Ressourcen**

PRO CARTON

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

Vorwort

Mehr denn je achten Konsumenten beim Kauf auf eine Verpackung, die ihre wesentlichen Funktionen gleichermaßen erfüllt, Produktschutz, Nachhaltigkeit und Informationsmöglichkeit. Mehr als andere Verpackungen passt unsere Art der Verpackung in eine gute, nachhaltige Zukunft.

Im Bereich Produktschutz bietet unsere Lieferkette Lösungen, die innovativ und kostengünstig sind und die auch die intensiv diskutierte Mineralölmigration in Lebensmittel minimiert oder gänzlich vermeidet. Ökologische Nachhaltigkeit bieten Karton und Faltschachteln aufgrund ihres nachwachsenden Rohstoffs und der vorbildlichen Recyclingkreisläufe wie keine andere Verpackungsform. Und Informationen über Inhalt, Herkunft und Anwendung können am besten auf Faltschachteln lesbar gemacht werden.

Die vorliegende Ausgabe unseres Magazins bietet Ihnen eine Auswahl der wichtigsten Nachrichten aus unserem E-Mail-Service zum Nachschlagen und Archivieren, darunter viele wertvolle Trends und Ideen für die tägliche Arbeit von Designern, Karton- und Faltschachtelherstellern, Markeninhabern und Marketingexperten wie auch im Handel und in den Medien.

Unser Newsletter erscheint auf Englisch, Französisch, Deutsch, Italienisch und Spanisch und wird von über 8.000 Abonnenten in 38 europäischen Ländern gelesen. Falls Sie unseren monatlichen E-News-Service noch nicht beziehen, sollten Sie jetzt damit beginnen. Registrieren Sie sich gleich dafür auf unserer Website **www.procarton.com/News**.

Viel Freude beim Lesen wünscht Ihr

Roland Rex, Präsident Pro Carton

Marken & Märkte

Vom Ursprung der Marken

Unter dem Titel „Der Weg der Marke" hat Hans-Georg Böcher in einem opulent gestalteten Band einen Ausflug in die Geschichte der Markenverpackung unternommen. Er zeigt, dass die Entwicklung von Marken ohne die Faltschachtel kaum denkbar ist. Noch heute ist sie die wichtigste Trägerin der Markenbotschaft.

Die Vorteile „grüner" Verpackung

Das englische Einzelhandelshaus Marks & Spencer engagierte sich bereits 2007 im sogenannten „Plan A" mit dem Ziel, 100 Punkte im Laufe von fünf Jahren zu verändern. Jetzt, nach drei Jahren, ist der Erfolg so durchschlagend, dass man beschlossen hat, den Plan um weitere 80 Ziele zu erweitern und bis 2015 der nachhaltigste unter den weltgrößten Einzelhändlern zu werden.

Zahnpastamarken im Dialog

Seit etwa zwei Jahren setzen alle führenden Hersteller von Zahnpasta wieder intensiv auf Faltschachteln – nicht nur im Premium-Bereich, doch dort natürlich verstärkt. Sie nutzen die Faltschachtel als Image-, Marken- und Informationsmedium. Pro Carton hat mit zwei der führenden Marken gesprochen.

Jürgen Berger, Senior Communication Manager North & West Europe von GlaxoSmithKline: „Wir wurden speziell bei erklärungsbedürftigen und medizinisch positionierten Spezial-Zahncremes vielfach darum gebeten, die herausragenden Produkteigenschaften ausführlicher auch auf dem Produkt zu erklären. Auch kann man im Regal eine Differenzierung optisch durch eine Faltschachtel wesentlich besser darstellen."

Melanie Fischer, Pressesprecherin von Procter & Gamble, kann dem nur zustimmen: „Die Faltschachteln haben den großen Vorteil, dass man mehr Produktkommunikation und Werbebotschaften unterbringen kann."

▶ Mehr auf **www.procarton.com/news**

Marketing-Trends

Jenseits der Marke

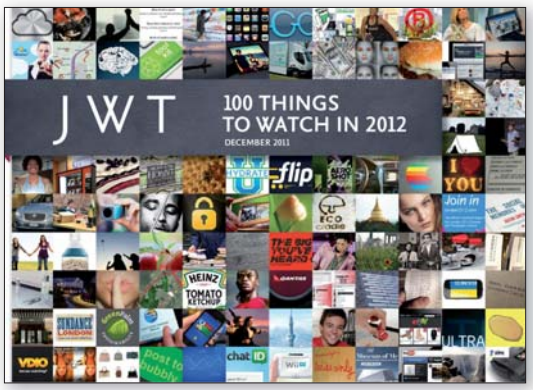
Der zweite Leitkongress des Multisense-Forums am 16. Nov. 2011 offenbarte einen neuen Marketing-Trend: Markenwerbung kann ihre Wirkung erheblich steigern, wenn die Marke intuitiv erkannt wird – unabhängig vom Logo. Alle fünf Sinne sollten ins Branding mit einbezogen werden. Dabei zeigt sich: Vor allem die Haptik wurde bisher unterschätzt.

Ein Bereich, in dem Kartonverpackung besonders punkten kann.

Szenario 2012

Ein Megatrend beherrscht unser Jahrzehnt: die Digitalisierung der Marketingkommunikation.

Derzeit stehen viele verschiedene Anwendungen noch einzeln für sich, die in Zukunft wahrscheinlich miteinander verknüpft werden. Neben der alles beherrschenden Digitalisierung werden sich vor allem drei Trends 2012 auf den Verpackungsbereich auswirken: Der Kunde im Netz, Discount und Nachhaltigkeit.



Ein Szenario 2012 für die Verpackungsindustrie, zusammengestellt von Pro Carton.

▶ Mehr auf **www.procarton.com/news**

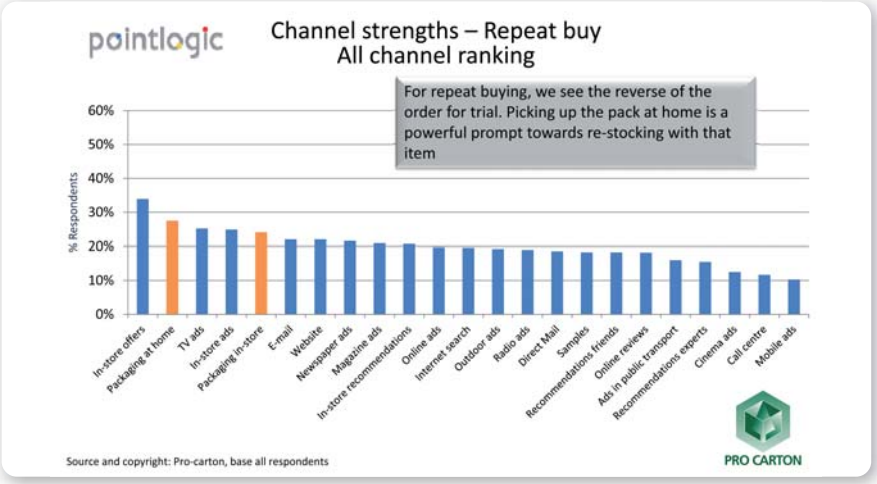
Studien

Die Faltschachtel als Medium: Zahlen sprechen für sich

Eine im März 2012 fertiggestellte Studie „Der Verpackungs-Effekt: Die Rolle der Faltschachtel in der Medienbewertung", durchgeführt mit Pointlogic International Media Consultants, drückt erstmals in konkreten Zahlen aus, was viele bereits gewusst haben: Die Faltschachtel ist nicht bloß Verpackung, sondern ein eigenständiges Marketinginstrument und ein Werbekanal wie Fernsehen, Zeitung oder Internet.

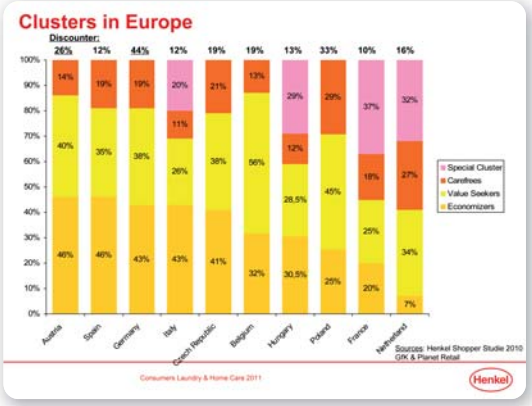
Die in Deutschland durchgeführte Studie untersucht den Beitrag von Verpackungen in zweierlei Hinsicht: Einerseits werden erstmals Media-relevante Kontakte des einzelnen Verbrauchers mit Verpackungen quantifiziert und mit anderen Werbeträgern in Relation gesetzt, andererseits werden auf dieser Basis die Potenziale von Verpackungen zur Erreichung von Marketing- und Werbezielen herausgearbeitet und näher untersucht.

Jetzt ist es durch Zahlen bewiesen: Die Verpackung ist ein Medium. Eine kleine Revolution in der Mediaplanung für alle Marketing- und PR-Verantwortlichen! Die Ergebnisse der Studie finden Sie auf **www.procarton.com**, eine zusammenfassende Broschüre kann bei Pro Carton bestellt werden.



Was Käufer wollen

Markenhersteller und Handel haben ein gemeinsames Interesse: Sie müssen besser auf die Bedürfnisse einzelner Käufergruppen eingehen und vor allem den anspruchsvollen Käufer erreichen, um mehr Qualitätsprodukte zu verkaufen. Die Lösung: „Collaborative Shopper Marketing".



Henkel hat eine aktuelle Studie durchgeführt, in der die einzelnen Shopper-Typen und ihr Auftreten in zehn europäischen Ländern untersucht werden: unentbehrliche Grundlage auch für das Verpackungsdesign.

▶ Mehr auf **www.procarton.com/news**

Design/Awards

Pro Carton/ECMA Award 2011: Im Olymp des Verpackungsdesigns

Unternehmen aus 15 europäischen Ländern haben 2011 am Pro Carton/ECMA Award teilgenommen. Die Zahl der eingereichten Verpackungskonzepte war mit 114 die zweithöchste der Geschichte. Die Sieger wurden im Frühjahr 2012 beim Pro Carton-Kongress in Düsseldorf gemeinsam mit den Finalisten geehrt. Carton of the Year wurde eine schwarze Faltschachtel für den Autotuning-Spezialisten ABT von MMP Schausberger, Austria in Form eines Sport-Auspuffs. Ein gestanztes Gitter und die Heißfolienprägung auf durchgefärbtem Karton geben der Verpackung ein überzeugendes Charisma.

Carton of the Year beim Pro Carton/ECMA Award 2011: ABT Hohlrahmenschachtel

Sieger Non Food beim Pro Carton/ECMA Award 2012: Aqua Care

Sieger Süßwaren beim Pro Carton/ECMA Award 2012: Manufaktur Schokolade

Sieger Verpackung beim International Pro Carton Design Award: Pocket Aid

Sieger Andere Anwendungen beim International Pro Carton Design Award: Cupholder (Getränkehalter)

International Pro Carton Design Award 2012

Der Neustart des Internationalen Pro Carton Design Award nach vier Jahren Pause verlief sehr erfolgreich. Knapp 70 Einreichungen aus acht europäischen Ländern zeigten ein deutlich gestiegenes Niveau und tolle, durchdachte Konzepte.

Der Award ist die beste Gelegenheit für junge Designer aus ganz Europa, Aufmerksamkeit zu gewinnen und ein eigenes Profil aufzubauen. Der nächste Wettbewerb findet in zwei Jahren statt, die Ausschreibung startet bereits Anfang 2013. Aus sechs Finalisten wurden zwei Preisträger gekürt.

Sieger Volume Markets beim Pro Carton/ECMA Award 2012: Tres Jolie box Celebrations

Die Verpackung als Marketinginstrument

Gesetzliche Anforderungen, Globalisierung, Branding, Informationsflut: In ihrem neuen Buch „Verpackungsmarketing" zeigen Christina Vaih-Baur und Sonja Kastner, dass der Verpackung im Bereich Markenkommunikation eine immer wichtigere Rolle zukommt. Als fünftes „P" steht Packaging für viele Hersteller gleichberechtigt neben den vier klassischen „Ps": Product, Promotion, Price und Place. Die Vorteile von Karton: Er fühlt sich gut an und wirkt authentisch.

Ein Fan von Faltschachteln

Geboren in Schweden, war er beinahe 40 Jahre verantwortlich für die Entwicklung kreativer Designlösungen für strategische Marken von Nestlé: Lars Wallentin. „Für diejenigen von Ihnen, die sich nicht trauen, gute Verpackungen zu gestalten – dieses Buch wurde geschrieben, um Ihnen Mut zu machen", sagt er. Und, wenig überraschend: Wallentin ist ein Fan von Kartonverpackungen.

Wegen seines unverwechselbaren Profils eine Lieblingsverpackung von Lars Wallentin: Toblerone

▶ Mehr auf **www.procarton.com/news**

Ausführliche Berichte zu jedem Thema auf **www.procarton.com/news** in englischer, französischer, deutscher, italienischer und spanischer Sprache.

Event

Die Faltschachtel in einer neuen Dimension: Internationaler Pro Carton-Kongress

Unter dem Titel „Verpackung in einer digitalen Welt" hat der Internationale Pro Carton-Kongress am 18. und 19. April in Düsseldorf eine erste Bestandsaufnahme zum Thema Verpackung und digitale Medien durchgeführt – mit Schwerpunkt digitale Codes und Smartphones. Europaweit tätige Top-Spezialisten berichteten von ihren Erfahrungen aus den verschiedenen Themenbereichen. Die Experten zeigten anhand internationaler Praxisbeispiele, wie erfolgreiches Marketing die Verpackung mit Information und Werbung im Internet verbindet. Neben den Fragen des Marketings ging es auch um neue Chancen im Bereich der Fälschungssicherheit.

Der Pro Carton-Kongress hat sich als internationale Informationsveranstaltung und Netzwerkplattform für Verpackung, Marketing und Design fest etabliert. Je mehr Information, Werbung und Verkauf ins Internet abwandern, je radikaler sich das Verhalten der Konsumenten ändert, umso wichtiger wird die Rolle der Verpackung: als entscheidende Repräsentantin des Produkts in der realen Welt.

Ein Highlight war die Präsentation der Studie „Der Verpackungs-Effekt: Die Rolle der Faltschachtel in der Medienbewertung" von Pointlogic International Media Consultants. Festlicher Höhepunkt war die „Award Party" am Abend des 18. April mit der Verleihung der 15. Pro Carton/ECMA Awards, der Internationalen Pro Carton Design Awards sowie des Sonderpreises des Präsidenten.

Präsentationen und Fotos zum Kongress zum Download auf der Website

▶ Mehr auf **www.procarton.com/news**

Nachhaltigkeit

Eine Norm für alle

Die Internationale Organisation für Normung (ISO) arbeitet derzeit an dem neuen Standard ISO 14067 für den CO_2-Fußabdruck von Produkten, um die Treibhausgasemissionen von Waren und Dienstleistungen weltweit einheitlich zu quantifizieren und zu kommunizieren. In Wien trafen deshalb Pro Carton-Präsident Roland Rex, Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Wimmer von der Technischen Universität Wien und der Co-Convenor der ISO 14067-Arbeitsgruppe, Dr. Klaus Radunsky, zusammen, um die Entwicklung des kommenden CO_2-Fußabdrucks von Produkten zu erörtern. Pro Carton ist überzeugt, dass sich Karton als nachhaltiges Verpackungsmaterial dank der neuen Norm noch besser positionieren wird. Ein abschließendes Dokument zur ISO 14067 wird für die Mitte des Jahres 2012 erwartet.

Dr. Klaus Radunsky, Co-Convenor der ISO 14067-Arbeitsgruppe

Pro Carton Website neu: Ressourceneffizienz

Die Europäische Kommission hat den effizienten Umgang mit Ressourcen zum zentralen Element einer künftigen europäischen Strategie erklärt. Die Kartonverpackungsindustrie hat bereits einen guten Ruf im Bezug auf Effizienz und Verbesserung der Nachhaltigkeit. Wie sie auf diese neue Herausforderung reagiert, zeigt die neue Website.

▶ **www.resource-efficiency.procarton.com**

ECMA-Handbuch über gute Produktionspraxis von Faltschachteln für Lebensmittel

Die ECMA (European Carton Makers Association) hat 2011 ein Handbuch über gute Herstellungspraxis von Faltschachteln für die Lebensmittelverpackung herausgegeben.

Der GMP/Good Manufacturing Practice Guide wurde für Unternehmen entwickelt, die Faltschachteln herstellen, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen oder kommen könnten oder die Quelle chemischer Migration in Lebensmittel sein könnten. Die Richtlinien gewährleisten dem Faltschachtelhersteller, dass er Verpackungen erzeugt, die unter spezifizierten und kontrollierten Bedingungen keine unerlaubte Migration, organoleptischen Veränderungen oder Kontamination zulassen. Das Buch wurde Ende 2011 präsentiert.

Maximale Nutzung der Ressourcen

Das Thema Nachhaltigkeit wird immer noch diskutiert, doch spielt mittlerweile eine andere Herausforderung aus dem Umweltbereich die Hauptrolle: Ressourceneffizienz. Wie antwortet die Kartonverpackungsbranche darauf?

Was ist Ressourceneffizienz? Eine Definition beschreibt sie als „nachhaltiges Management und Nutzung von Ressourcen während ihres gesamten Lebenszyklus". Noch genauer: „Erzeugung höherer Werte aus Stoffen: Mineralien, Biomasse, Brennstoffen, und aus dem Ökosystem: Biodiversität, Meeresressourcen, Luft, Wasser, Land und Böden".

Die Kartonverpackung hat bereits eine sehr positive Geschichte zum Thema Nachhaltigkeit. In den vergangenen beiden Jahrzehnten hat die Industrie ihre Emissionen in die Atmosphäre reduziert, ebenso die Abwasserbelastung, den CO_2-Fußabdruck, den Wasser- und Energieverbrauch. Aufgrund ihrer Vergangenheit in Sachen Nachhaltigkeit hat die Kartonverpackung zahlreiche positive Aspekte, die sie als ressourceneffizient ausweisen.

Erneuerbare Ressourcen

Nahezu alle Holzfasern in der Produktion von Karton in Europa stammen aus bewirtschafteten europäischen Wäldern. Diese erneuerbare Ressource wird nachhaltig bewirtschaftet. Forstbesitzer, die an die Industrie liefern, können dies nachweisen, indem sie ihre Leistung von unabhängigen Auditierungsorganen prüfen lassen.

Die beiden wichtigsten Zertifizierungsorganisationen sind PEFC und FSC. 99,9 Prozent der firmeneigenen oder von Firmen geleasten Wälder Europas sind von unabhängigen Organisationen zertifiziert.

Verantwortung für die Nutzung von Stoffen

Kartonproduzenten nutzen Holzfasern aus Forstausdünnungen, Spitzen großer Bäume mit geringem Durchmesser sowie Abschnitte von Stämmen, die in den Sägemühlen entfernt werden (Sägemühlenabfall).

Kein tropischer Regenwald wird zerstört, um in Europa Karton zu erzeugen. Die europäische Kartonindustrie setzt kein Holz aus tropischen Regenwäldern ein, weil es – abgesehen von anderen Überlegungen – sich technisch nicht eignet. Die Kartonindustrie nützt ebenso Abfälle als Ressource, indem sie Papierabfälle und Karton sammelt und recycelt. Die Produzenten arbeiten kontinuierlich an der Optimierung des Stoffeinsatzes und reduzieren so Abfall. Verbesserte Effizienz bei der Stoffaufbereitung durch erhöhte Investitionen in die Technologie hat beispielsweise zu höherer Wiedergewinnung von recycelten Fasern um mehrere Tausend Tonnen pro Jahr geführt sowie zur Reduktion von Ausschuss aus dem Produktionsprozess.

Reduktion des Umwelt-Fußabdrucks

Wenn man die beiden Pro Carton Lebenszyklus-Datenreihen vergleicht, die im vergangenen Jahrzehnt erstellt wurden,

Ausführliche Berichte zu jedem Thema auf **www.procarton.com/news** in englischer, französischer, deutscher, italienischer und spanischer Sprache.

sind Fortschritte in sämtlichen Umweltbereichen festzumachen. Viele der erzielten Verbesserungen gehen auf reduzierten Einsatz von Chemikalien und Brennstoffen zurück sowie auf vermehrte Nutzung von Biomasse zur Energiegewinnung. Der Rückgang beim Einsatz von fossilen Brennstoffen hat zu Rückgängen bei Kohlendioxid-, Schwefeldioxid- und Stickstoffoxid-Emissionen aus den Produktionsprozessen geführt.

Effiziente Wassernutzung

Wasserfragen sind je nach Produktionsstätte regional verschieden und müssen je nach Lage in Europa verschieden gewichtet werden. Bisher hat sich die europäische Papier- und Kartonindustrie auf die Wasserentnahme bei der Kartonherstellung konzentriert. Die Unternehmen werden nun dazu angeregt, die Effizienz der bei der Produktion eingesetzten und der aus Grund oder Oberfläche entnommenen Wasserressourcen zu verbessern. Der Trend der letzten beiden Jahrzehnte geht dahin, die Entnahme von Frischwasser um 20 Prozent des Gesamtvolumens zu reduzieren. Im Jahr 2008 wurden 94 Prozent des von der europäischen Papierindustrie eingesetzten Wassers wieder in das Oberflächenwasser zurückgeleitet.

Effiziente Energienutzung

Europäische Papier- und Kartonproduzenten sind führend bei erneuerbarer Energie. Die Unternehmen erzeugen einen großen Teil der benötigten Energie und Wärme vor Ort durch effiziente Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen, zunehmend wird nicht benötigte Elektrizität in das lokale oder nationale Netz eingespeist. Der Bau von Heizkesseln mit Biomassebetrieb hat dazu geführt, dass mehr als die Hälfte des Primärenergieverbrauchs in der europäischen Zellstoff- und Papierindustrie Bioenergie ist. Dies entspricht einem Fünftel der in Europa erzeugten Bioenergie.

Der Einsatz von Bioenergie hat enorme Auswirkungen auf das Emissionsprofil der Industrie. Kohlendioxid-Emissionen aus Biomasse gelten zumindest als Kohlenstoff-neutral, und der Einsatz von Faltschachteln hat nach der jüngsten Studie von Pro Carton einen positiven Effekt beim Klimawandel. Die verantwortungsvolle Nutzung erneuerbarer Ressourcen, die das Klima positiv beeinflussen, indem sie fossile Brennstoffe wie Kohle und Öl ersetzen, ist zweifellos ein Aktivposten für die Industrie und ein gutes Beispiel für Ressourceneffizienz. Der Trend zum Energiesparen setzt sich ebenso fort. Von 1991 bis 2010 ist der Elektrizitäts- und Primärenergieverbrauch der europäischen Zellstoff- und Papierindustrie kontinuierlich um insgesamt 14 Prozent gesunken – dank effizienterer Prozesse und dem Einsatz von Kraft-Wärme-Kopplung.

Vermeidung von Lebensmittelabfall

Die „Roadmap für ein ressourceneffizientes Europa“ der EU-Kommission hat Lebensmittel zu einem Schlüsselbereich erklärt. Die Verpackung gehört daher indirekt zu dieser Diskussion, ist allerdings Teil der Lösung dieses Umweltproblems. In seiner Resolution zu dringenden Maßnahmen zur Halbierung von Lebensmittelabfällen bis 2025 erkennt das EU-Parlament: „Die Optimierung und der effiziente Einsatz von Lebensmittelverpackungen können eine wichtige Rolle bei der Verhinderung von Lebensmittelabfall spielen, weil sie die Gesamt-Umweltbelastung durch ein Produkt reduzieren.“

62 Prozent der in Europa erzeugten Faltschachteln werden zur Verpackung von Lebensmitteln eingesetzt. Durch den Schutz von Lebensmitteln und die Reduktion von Lebensmittelabfällen tragen Faltschachteln zu Ressourceneffizienz und nachhaltigerem Konsum bei. Sie nützen der Gesellschaft, indem sie einen modernen, verbraucherfreundlichen Lebensstil ermöglichen.

▶ Weitere Informationen auf der Pro Carton-Website „Resource Efficiency and Sustainability“ unter **www.procarton.com**

Sieger Nachhaltigkeit beim Pro Carton/ECMA Award 2012: Illy

Thanks to Metsa Board, Stora Enso and Iggesund for images provided.

Pro Carton Magazin 2012

Informationen über die Faltschachtelverpackung

Ausführliche Berichte zu jedem Thema auf **www.procarton.com/news** in englischer, französischer, deutscher, italienischer und spanischer Sprache.

Pro Carton: Nachhaltige Verpackungen für eine bessere Zukunft

Pro Carton ist die europäische Interessengemeinschaft der Karton- und Faltschachtelproduzenten mit dem Ziel, Karton und Faltschachtel als ökonomisch und ökologisch ausgewogenes Verpackungsmedium zu fördern. Pro Carton informiert europaweit die gesamte Verpackungskette sowie Kunden über die neuesten Entwicklungen in der Industrie und auf den Märkten. Pro Carton verleiht darüber hinaus den „Pro Carton/ECMA-Award" sowie den Internationalen Pro Carton Design Award und gibt Studien zu fachlichen Themen in Auftrag.

Ziele und Absichten:

- den Einsatz von Karton und Faltschachtel zu fördern
- die Verpackung als Schlüsselelement des Marketings zu positionieren
- Faltschachteln als nachhaltigste Verpackungslösung zu zeigen
- als Netzwerkplattform und bevorzugte Informationsquelle zu Verpackungsfragen für alle Partner der Supply Chain zu dienen
- stets die Bedürfnisse und mögliche Lösungen für unsere Partner in der Supply Chain im Auge zu behalten

Die wichtigsten Zielgruppen sind Markeninhaber, Handel und Designer sowie unsere Partner in der Supply Chain: Kartonerzeuger, Faltschachtelhersteller und fördernde Partner („Patrons"), hinzu kommen Meinungsbildner in Medien und Gesetzgebung.

Die Kernbotschaft: Karton und Faltschachtel sind die nachhaltigste Verpakkungslösung, sie haben hohes kreatives Potenzial und sind der Schlüssel am Point of Sale – die Verbindung zwischen Konsument und Produkt.

Design- und Marketing-News

Die Pro Carton E-News gehen monatlich aktuell an über 8.000 Entscheidungsträger aus den Bereichen Marketing, Design und Verpackung. Den ersten Überblick haben Sie in Sekunden – ein einziger Mausklick bringt Sie dann zu Praxisbeispielen, Experteninterviews, Kongressberichten, Marktstudien, Wettbewerbsanalysen und vielem mehr.

Die besonderen Vorteile: Sie erhalten die sorgfältig redigierten Nachrichten über Trends als Erste und können Ihre langfristige Strategie daran ausrichten. Sie können dabei nur gewinnen – unsere Leser in Verpackungsunternehmen, der Markenartikelindustrie und dem Handel aus 38 europäischen Ländern können dies bestätigen.

Registrieren Sie sich J E T Z T auf www.procarton.com für den E-News-Service und erhalten Sie monatlich kostenlos zwei bis drei topaktuelle News aus den Bereichen Marketing, Design und Verpackung.

Die vorliegende gedruckte Ausgabe des Pro Carton-Magazins erscheint einmal jährlich als „Nachlese" zum Nachschlagen und Archivieren.

Übrigens: Wünsche und Anregungen zu unserem E-Mail-Service sind hochwillkommen, schicken sie einfach ein E-Mail an:

Suzanne E. McEwen
Head of Marketing and Communications
mcewen@procarton.com

Jennifer Buhaenko
Head of Public Affairs
buhaenko@procarton.com

Folgende Themen sind für die E-News 2012 geplant:

Experten-Interviews
Kongressberichte
Marktstudien
Marketing-Trends
Marketing-Fallbeispiele
Nachhaltigkeit
Wettbewerbe 2012

Impressum

Herausgeber: Pro Carton, Suzanne McEwen – Head of Marketing and Communications, mcewen@procarton.com, Jennifer Buhaenko – Head of Public Affairs, buhaenko@procarton.com, Pro Carton c/o AC Fiduciaire SA, Todistrasse 47, Postfach 1507, 8027 Zürich, Schweiz, **Design:** W&W Grafik & Design, **Druck:** Starzengruber, 1200 Wien. Nachdruck mit Quellenangaben erlaubt. Um Belegexemplare wird gebeten.

Diese Broschüre wurde mit mineralölfreier Farbe gedruckt: Dies trägt beim Recycling zu einem saubereren Kreislauf bei.

Printed on truCard 2 gloss 220 gsm
manufactured by Tullis Russell PAPERMAKERS www.trg.co.uk

PRO CARTON

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

Postfach 36, 1020 Wien
Telefon und Fax + 43 /1/ 218 69 18
office@procarton.com, **www.procarton.com**