

# 10 gute Gründe, die Herausforderung anzunehmen!



Vielen Dank für die Zeit, die Sie der PDS-Studie gewidmet haben. Wir sind Ihnen dafür sehr dankbar!

Im Allgemeinen ist es eine schwierige Herausforderung, sich einer Studie wie dieser zu stellen, da die Tendenz, Probleme zu vermeiden, ein wenig zur menschlichen Natur gehört. Wir glauben dennoch, dass der einzige Weg zu einem verantwortungsvollen Wachstum der ist, auf Ihre Stimme zu hören, auf die Stimme unserer Kunden.

Wir möchten Ihnen gerne 10 gute Gründe dafür nennen, warum wir daran glauben, dass es wichtig ist, eine solche Herausforderung anzunehmen, um sich von einer traditionellen Kunden-Lieferanten-Beziehung zu einer echten Partnerschaft zu entwickeln.

In der nächsten Ausgabe von inform@ werden wir Sie über das Ergebnis der Studie informieren und die Gelegenheit nutzen, Ihnen mitzuteilen, wie wir auf die Resultate reagieren werden und wie wir uns dort verbessern wollen, wo Sie uns Möglichkeiten dazu aufgezeigt haben.

Wir fürchten uns nicht davor, sondern wir sind entschlossen, unsere Leistung auf den Prüfstand zu stellen, um Ihre erste Wahl als Lieferant zu werden!



## 1. Kunde

Weil wir ein ehrgeiziges Unternehmen sind und das erklärte Ziel haben, langfristig im Geschäft zu bleiben, und das mit anspruchsvollen finanziellen Zielen. Daher sind Sie, der Kunde, für uns wichtig!

## 2. Zuhören

Weil es nicht darum geht, zu gefallen, sondern darum, zu verstehen: damit wir uns für die richtigen Dinge engagieren können!

## 3. Kommunizieren

Weil wir schon jetzt viele gute Dinge tun, von denen Ihr Geschäft wirklich profitieren kann!

## 4. Chancen

Weil wir unverbesserliche Optimisten sind und in Problemen Chancen erkennen!

## 5. Verbesserungen

Weil Verbesserungen einen langen Weg bedeuten und Selbstgefälligkeit eine Falle ist, die wir unbedingt vermeiden wollen!

## 6. Unterstützung

Weil wir gemeinsam mit Ihnen wachsen möchten. Daher stehen wir zur Verfügung, um Ihr Geschäft zu unterstützen!

## 7. Einstellung

Weil die richtige Einstellung die entscheidende Grundlage dafür ist, Ihren Respekt zu erwerben - was wichtig für uns ist!

## 8. Professionalität

Weil jederzeit bereit zu sein der wichtigste Auslöser dafür ist, Ihr Vertrauen in unsere Leistung wachsen zu lassen!

## 9. Engagement

Weil jeden Tag füreinander da zu sein, Seite an Seite, und sich Herausforderungen gemeinsam zu stellen, der einzige Weg ist, gegenseitiges Vertrauen zu entwickeln!

## 10. Partnerschaft

Weil wir für Sie nicht nur irgendein Lieferant sein wollen, sondern Ihre erste Wahl als Lieferant und zuverlässiger Geschäftspartner!

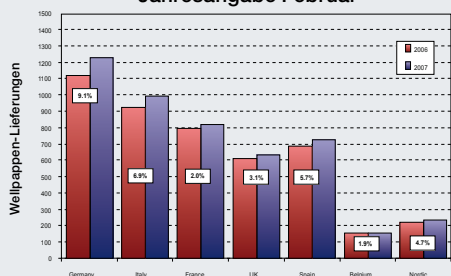
# CTB Markt-Bulletin Frühjahr 2007

## 1. Allgemeine wirtschaftliche Situation

### Wirtschaftssituation

Die Entwicklung der vergangenen Monate in den USA (die 20 % des Welt-BIP darstellen) gab Anlass zu Optimismus. Wiederum scheint die US-Wirtschaft den Pessimisten zu beweisen, dass sie falsch liegen. Die letzten Quartalszahlen in den USA zeigen ein überraschend starkes Wachstum von +3,4 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Konsumausgaben bleiben stark und der Wohnungsmarkt zeigte Zeichen der Erholung. Ausgehend von einem Zinssatz von 1 % zu Beginn der Zinssteigerungen im Juni 2004, steht der Leitzins der US-Zentralbank nach der 17. Erhöhung in Folge nun bei 5,25 %. Die letzte Zinserhöhung fand im vergangenen Sommer statt; die nächste wird vermutlich im August fällig. Jedoch steht es mit der Gesundheit der US-Produktion nicht zum Besten. Im Januar zeigte der PMI (Purchasing Manager Index – Einkäuferindex), eine der besten Messgrößen für die wirtschaftliche Lage der Produktionsbranche, einen Rückgang – mittlerweile befindet er sich auf dem geringsten Stand seit beinahe 4 Jahren.

Europäische Wellpappen-Lieferungen  
Jahresangabe Februar



### Die Eurozone

Die Eurozone war die erfreuliche Überraschung des Jahres 2006. Das Wachstum des BIP hat sich 2006 mit +2,7 % – im Vergleich zu +1,4 % im Vorjahr – fast verdoppelt. Die Vorhersagen für 2007 wurden leicht nach oben korrigiert, da die Zahlen für das 4. Quartal besser ausfielen als erwartet. Anfang März sahen die meisten Bereiche stabil aus. Das Wachstum befindet sich auf annehmbarem Niveau, die Inflation bleibt unter Kontrolle und die industrielle Produktion läuft gut weiter. Der PMI zeigt den 19. Monat in Folge eine Ausweitung der Produktion in der Eurozone. Während des Aufschwungs zur Jahrtausendwende stand der PMI 25 Monate lang auf Expansion. Der Wechselkurs Euro/USD liegt zurzeit bei 1,31. Der Dollar ist schwach, aber stabil.

### Aussichten für Wellpappe

Die europäische Wirtschaft profitiert von einer starken Auslandsnachfrage und makro-ökonomischer Stabilität im Inland. Die industrielle Produktion stieg im vergangenen Jahr um 3,6 % an. Die lebhaften Umsätze des letzten Quartals (+4 %) sind ein guter Beleg für die starke Konjunktur. Im Jahr 2006 erreichte der Umsatzanstieg bei Wellpappe insgesamt 3 %, den stärksten Wert seit 2000.

Deutschland hat als größter Markt besonders gut abgeschnitten. Das Umsatzwachstum wird durch einen boomenden Industriesektor nach oben getrieben; die industrielle Produktion stieg im vergangenen Jahr um 5,4 %. Die Steigerung des Jahresumsatzes lag für die Wellpappen-Branche bei +4,6 %, was 300 Millionen Quadratmetern entspricht. Bezogen auf die Anzahl an Arbeitstagen spiegelt der Umsatzanstieg bei Wellpappe genau das Wachstum der industriellen Produktion wider.

Für 2007 wird ein Wachstum von etwa 2 % für den europäischen Wellpappenmarkt vorausgesagt, begleitet von nach wie vor hohen Kosten und anhaltenden Schwierigkeiten bei der Umsetzung der hohen Nachfrage nach Wellpappe in entsprechend höhere Preise.

## 2. Neupapier

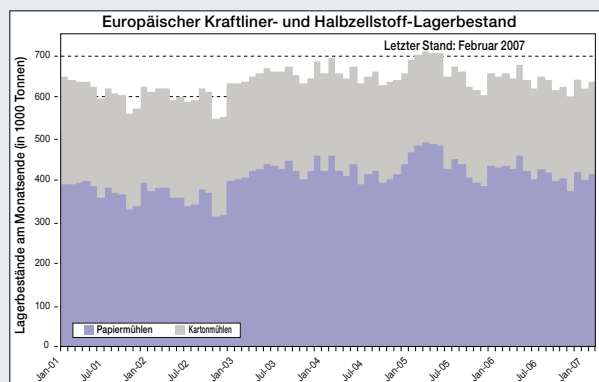
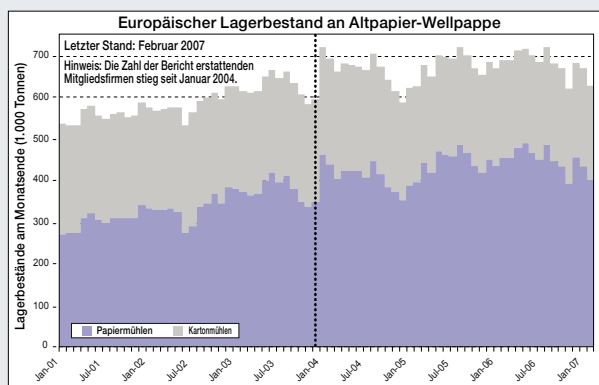
Die Gesamtproduktion von Wellpappe stieg in den USA im Jahr 2006 um 1,7 %. US-Produzenten haben im vergangenen Jahr ihre Kapazitäten um 500.000 Tonnen reduziert, was 1,5 % der Gesamtkapazität entspricht. Eine Erhöhung der Produktion bei Einsatz von weniger Maschinen erfordert höhere Auslastungen, welche in der Tat weiterhin angestiegen sind. Mit einem Wert von 99,5 % für Dezember 2006 arbeiten die Liner-Fabriken mit nahezu voller Auslastung. Bei den Lagerbeständen der Hersteller ist seit dem letzten Sommer ein Aufwärtstrend zu verzeichnen, jedoch sind die Veränderungen nur gering. Nach sehr schwachen Novemberzahlen brachte der Dezember stärkere Wellpappenumsätze als erwartet. Die neuesten Zahlen zeigen einen Rückgang der Lagerbestände, da selbst die sehr hohe Kapazitätsauslastung nicht ausreicht, um die starke Nachfrage zu decken. Man erwartet für das gesamte Jahr einen Umsatzzuwachs von etwa 1 %.

US-Produzenten von Wellpappe haben zwischen Oktober 2005 und April 2006 die Preise drei Mal erfolgreich erhöht. In den vergangenen 10 Monaten blieben die Preise stabil; sie sind inzwischen auf dem höchsten Stand seit 10 Jahren angelangt.

2006 war ein gutes Jahr für die Hersteller von Neupapiersorten in Europa. Ein zufriedenstellendes Umsatzwachstum ging einher mit einer Preissteigerung von ungefähr 100 € pro Tonne. Die Erhöhung des Gesamtabsatzes von Neupapier spiegelt deutlich den Umsatzanstieg bei Wellpappe wider, den wir im Jahr 2006 beobachten konnten. Trotz der schwachen Zahlen im Dezember nahmen die innereuropäischen Lieferungen insgesamt um 3,5 % zu. Bereinigt um den um 3,7 % zurückgegangenen Export ist der Gesamtabsatz der Branche im Jahr 2006 um 2,3 % gestiegen. Die Auftragsbücher in den Kartonwerken in Europa sind bestens gefüllt, die Nachfrage nach Neupapier ist gut und im Verlauf des 2. Quartals wird mit einem Anstieg der Preise gerechnet.

## 3. Recyclingpapier

An dieser Stelle soll noch einmal daraufhin gewiesen werden, dass in der Eurozone das Ergebnis für 2006 besser ausfiel als erwartet, da das Wachstum die Vorhersagen übertraf. Mit einem Plus von 2,7 % im Jahr 2006 verdoppelte sich das Wachstum des BIP beinahe gegenüber 2005 (+1,4 %). Nach dem starken Rückgang 2005 markiert das Jahr 2006 eine Wende bei den Wellpappenpreisen. Diese Entwicklung lässt sich durch die starke Nachfrage, die Entspannung auf der Kostenseite und das Herausnehmen von Nettokapazität erklären. Die Absätze der Kartonwerke in Europa sind zufriedenstellend und die Nachfrage nach Recyclingsorten ist gut. Die Produktion befindet sich auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr und die Lagerbestände gehen zurück. Bei den Preisen für Altpapier zeichnet sich im März eine Stabilisierung ab. Da sie jedoch seit Jahresbeginn in allen Kernmärkten stark gestiegen sind, hält der Druck zu Preiserhöhungen für Altpapiersorten weiter an. Gestiegene Altpapierpreise und allgemeine Kostensteigerungen haben dazu geführt, dass alle größeren Lieferanten am Markt Preiserhöhungen angekündigt haben. Es wird erwartet, dass dieser Trend auch im Verlauf des 2. Quartals 2007 anhält.



# Organisation Sales & Marketing Frischer Wind!

Michael Rosendahl, unser Direktor Marketing & Sales, wird zurück nach Dänemark gehen, um dort seine Karriere in einem anderen Geschäftsbereich von SCA fortzusetzen. Wir danken ihm für die herausragende Arbeit, die er geleistet hat, und freuen uns, Ihnen seinen Nachfolger und die wichtigen Änderungen, die es im Rahmen seiner Aufgaben gibt, vorzustellen.

Nachdem er umfangreiche Erfahrungen in verschiedenen Funktionen bei SCA gesammelt hat, übernimmt Stefano Rossi nun die Position des Direktors Sales & Marketing. Eine wichtige Anmerkung an dieser Stelle: alle Aktivitäten, die in Zusammenhang mit der Entwicklung von Produkten und Märkten stehen, werden jetzt in dieser Position zusammengeführt. So stellen wir sicher, dass die Entwicklung des Unternehmens noch mehr an den Erfordernissen des Marktes ausgerichtet wird.

Gleichzeitig übernimmt Michele Bianchi die Position des Market Development Managers von Laurence Drouin und damit die volle Verantwortung für den technischen Kundenservice, das Technical Customer Service (TCS) Network. Nach einem Papiertechnik-Studium und dem Abschluss als Chemieingenieur hat Herr Bianchi durch die Jahre, die er für SCA Packaging in Lucca tätig war, den richtigen Hintergrund um zu verstehen, was SCA Containerboard seinen Kunden bieten kann und wie mögliche Entwicklungen aussehen, um sich den ständigen Veränderungen des Geschäfts anzupassen.

Stefano Rossi und Michele Bianchi werden sicher bald Kontakt zu Ihnen haben. Aber dennoch haben wir sie gebeten, 5 Fragen zu beantworten, um sich und ihre Vision kurz vorzustellen!



Stefano Rossi  
Direktor Sales & Marketing



Michele Bianchi  
Market Development Manager

<b>Warum sollte Veränderung von den Kunden als wichtig angesehen werden?</b>	Sie belegt die starke Bereitschaft des Unternehmens, sich vorwärts zu bewegen und dabei sicher zu stellen, dass Selbstzufriedenheit nie das Ziel kontinuierlicher Verbesserung ersetzt.	Veränderung ist die einzige Konstante im Geschäftsleben! In einem umkämpften Markt können Sie sicher sein: Wenn Sie nicht erfolgreich sind, dann ist es jemand anderes!
<b>Was bringen Sie in Ihre Position ein?</b>	Eine umfangreiche Geschäftserfahrung in unserer Branche, eine starke Motivation und einen Hauch von Kreativität!	Einen starken technischen Hintergrund im Bereich Papierherstellung und die Bereitschaft, andere für das Erreichen des gewünschten Status, Lieferant erster Wahl zu werden, zu begeistern.
<b>Wofür möchten Sie sich bei Ihrem Vorgänger bedanken?</b>	Für seine herausragende Fähigkeit, eine Beziehung zu anderen aufzubauen, und auch die angespannteste Situation beruhigen zu können.	Für ihren Beitrag zur Festigung des Netzwerkes und dafür, dass sie den Kunden die Bedeutung dieses Zusatznutzens demonstriert hat.
<b>Die drei wichtigsten Herausforderungen für das kommende Jahr?</b>	Versorgungssicherheit für unsere Kunden, die Bestätigung der absoluten Wettbewerbsfähigkeit unseres Angebots und eine effektive Kommunikation.	Den proaktiven Ansatz durch Verknüpfung mit den Kundenbedürfnissen zu verstärken; die Verbindung zwischen Kundenbedürfnissen und der Tagesplanung in der Papierfabrik und den weiteren Prozessen (F & E eingeschlossen) sicherzustellen; die Kundenzufriedenheit zu messen und die Gesamtleistungen zu beobachten.
<b>Wofür sorgen Sie in Zukunft?</b>	Die richtige Einstellung, Professionalität und Engagement!	Ergebnisorientiert; kurz, klar und einfach!

stefano.rossi@sca.com

michele.bianchi@sca.com

# Containerboard ist bereit für die „Zukunft mit Ökoenergie“

SCA Packaging Containerboard ist einer der Geschäftsbereiche bei SCA, der in neue Technologien investiert, um fossile Brennstoffe durch „Öko“-Brennstoffe zu ersetzen.

Es ist beispielsweise wirtschaftlicher und gilt als vorbildliches Verfahren im Produktionsprozess, die Ablauge aus der Kraftliner-Zellstoffproduktion und den Ausschuss aus der Papierverarbeitung zur Energiegewinnung zu nutzen. Auch ökologisch gesehen ist dies sinnvoll, da die Verbrennung sauber erfolgt und keine zusätzlichen Treibhausgase fossilen Ursprungs freigesetzt werden. Die Endlagerung des aus der Papierverarbeitung resultierenden Ausschusses auf Müllhalden kann so gut wie vermieden werden.

SCA ist der Meinung, dass die Verbrennung mit Energierückgewinnung als beste Alternative für die Entsorgung von nichtverwertbaren Materialien anzusehen ist; gleichzusetzen mit Wiederverwertung und Recycling und vorausgesetzt, dass alle notwendigen Maßnahmen zur Vermeidung von Umweltbelastungen ergriffen werden.

Um unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen zu verringern und die fossilen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren, investiert SCA Packaging Containerboard weiterhin in Technologien, die unsere Selbstversorgung mit Energie erhöhen.

Die neuesten Investitionen in diesem Bereich wurden bei SCA Packaging Obbola in Schweden und SCA Packaging Witzenhausen in Deutschland getätigt.

## Neuer Abhitzekessel bei SCA Packaging Obbola

Der neue Kessel wird den existierenden, 45 Jahre alten Kessel ersetzen. Dieser Abhitzekessel, der zusätzlich mit einer Turbine ausgestattet ist, wird die Papierfabrik mit Dampf versorgen und Strom erzeugen. Er wird im Oktober 2007 in Betrieb genommen und hat eine Kapazität von 1.000 Tonnen trockenem Feststoff pro Tag, was ca. 300.000 Tonnen neuem Zellstoff jährlich entspricht. Die neue Turbine kann bis zu 26,4 MW Ökostrom erzeugen. Die Auswirkungen auf die Umwelt, insbesondere Emissionen und Lärm, werden deutlich geringer sein als heute.

Hauptlieferant für dieses schlüsselfertige Projekt ist die Firma Andritz Oy in Finnland, wobei die Turbine vom Geschäftsbereich Energieerzeugung der Siemens AG geliefert wird.



## RDF-Verbrennungsanlage (RDF = Refuse Derived Fuels; dt.: Sekundärbrennstoff) bei SCA Packaging in Witzenhausen

Die neue Anlage wird das bisherige Erdgaskraftwerk ersetzen, das über 30 Jahre alt ist. Sie wird den Gesamtbedarf der Papierfabrik an Strom und Dampf decken und Mitte Juli 2008 in Betrieb gehen. Die Kapazität liegt bei 265.000 Tonnen RDF pro Jahr. Zusammen mit dem RDF-Material kann die Anlage auch Ausschussmaterial aus der Papierproduktion und Schlamm aus der biologischen Abfallbehandlung nutzen. Um die Auflagen des deutschen Bundesimmissionsschutzgesetzes (17. BImSchV) zu erfüllen und aufgrund der geringen Fläche von nur 0,5 Hektar, hat man sich für eine Wirbelschichtfeuerung mit einem thermischen Energieaufwand von 124 MW entschieden.

Die Anlage wird von der B+T Energie GmbH errichtet, einer 100-prozentigen Tochtergesellschaft der B+T Umwelt GmbH, deren Kerngeschäft Abfallprodukte der (Papier-)Industrie ist. Finanzpartner ist die deutsche HSG Bank. Im Bereich Maschinenbau arbeitet B+T mit der schweizerischen TBF AG zusammen. B+T und SCA werden eine langfristige Vereinbarung über die Lieferung von Energie aus der neuen Anlage schließen.

Lieferant des schlüsselfertigen Projekts ist Energy & Environment, Österreich. Die Turbine wird von der Siemens AG, Geschäftsbereich Energiegewinnung, geliefert; ABB und AREVA sind verantwortlich für die Elektrik, und die Firma Heitkamp Industrie und Kraftwerksbau aus Herne, Deutschland, trägt die Verantwortung für das Bauprojekt.



WO SIE UNS FINDEN KÖNNEN

### SCA CONTAINERBOARD WESTERN EUROPE

Culliganlaan 1D  
B-1831 Diegem • Belgium  
Tel. 32 2 718 37 87  
Fax. 32 2 721 48 08  
scacontainerboard.westerneurope@sca.com

### SCA CONTAINERBOARD MIDDLE EUROPE

An der Gumpgesbrücke 9  
D-41564 Kaarst  
Tel. 49 2131 15107 0  
Fax 49 2131 15107 20  
scacontainerboard.middleeurope@sca.com

### SCA CONTAINERBOARD SOUTHERN EUROPE

Via del Frizzzone  
I-550 16 Porcari (Lucca) • Italy  
Tel. 39 0583 29 66 61  
Fax. 39 0583 29 66 85  
scacontainerboard.southerneurope@sca.com

### SCA CONTAINERBOARD NORDIC

Linjevägen 33  
S-91380 Obbola • Sweden  
Tel. 46 90 154 008  
Fax. 46 90 154 087  
scacontainerboard.nordic@sca.com

### SCA CONTAINERBOARD SALES

Culliganlaan 1D  
B-1831 Diegem • Belgium  
Tel. 32 2 718 37 08  
Fax. 32 2 715 48 13  
scacontainerboard.sales@sca.com

### SCA CONTAINERBOARD UK & ROI

SCA Packaging House  
543 New Hythe Lane, Larkfield  
Aylesford • Kent ME20 7PE  
Great Britain  
Tel. 44 16 22 88 36 61  
Fax. 44 16 22 88 36 60  
scacontainerboard.uk@sca.com

