

PRESSEMITTEILUNG

29. September 2015

SMURFIT KAPPA – DAS UNTERNEHMEN

Smurfit Kappa gehört weltweit zu den führenden Herstellern von papierbasierten Verpackungen. Das Unternehmen beschäftigt rund 43.000 Mitarbeiter an etwa 350 Produktionsstätten in 33 Ländern. Der Umsatz lag 2014 bei 8,1 Milliarden Euro nach 7,9 Milliarden Euro im Jahr 2013. In Deutschland ist das Unternehmen Marktführer, hat über 40 Betriebe und beschäftigt 5500 Mitarbeiter. Smurfit Kappa ist in 21 Ländern in Europa und in zwölf in Amerika aktiv. In Lateinamerika ist das Unternehmen der einzige große überregionale Anbieter.

Gemeinsam mit seinem proaktiven Team nutzt das Unternehmen seine Erfahrung und Kompetenz, um seinen Kunden neue Möglichkeiten zu eröffnen. Durch den Austausch von Produktkenntnissen, Marktverständnis und Einblicken in Verpackungstrends arbeitet Smurfit Kappa eng mit seinen Kunden zusammen, um deren geschäftlichen Erfolg zu optimieren. Smurfit Kappa verfügt über ein breites Portfolio von Verpackungslösungen auf Papierbasis, das kontinuierlich mit Innovationen aktualisiert wird. Die Produkte von Smurfit Kappa sind zu 100 % erneuerbar und werden nachhaltig hergestellt. Somit verbessern sie auch die Umweltbilanz der Kunden.

„Open the future“ mit Smurfit Kappa

Vor rund einem Jahr hat das Unternehmen seine globale Markenstrategie „Open the future“ auf den Weg gebracht, mit der es seine Kunden durch Marktkenntnisse und Innovationskraft bei ihrem optimalen Marktauftritt und dem damit verbundenen Wachstum unterstützt. Seitdem macht das Unternehmen immer wieder durch innovative Ansätze und Lösungen aus dem Bereich Verpackungen und Displays auf sich aufmerksam.

Im April dieses Jahres eröffnete Smurfit Kappa im Rahmen der globalen Markenstrategie das Global Experience Centre am Amsterdamer Flughafen Schiphol. Im Juli folgte in Neuss das erste Experience Centre in Deutschland. Weitere sind in Planung. „Die weltweiten Investitionen in unsere Experience Centres unterstreichen das Commitment, unseren Kunden maximalen Mehrwert zu bieten, indem wir gemeinsam innovative Verpackungslösungen entwickeln, die die Entscheidungsfindung von Verbrauchern am POS unterstützen und damit den Geschäftserfolg unserer Kunden steigern“, erklärt Boris Maschmann, CEO von Smurfit Kappa Deutschland. „Die Experience Centres sollen Kunden und Smurfit Kappa jenseits der täglichen Arbeitsabläufe die Gelegenheit bieten, neue innovative Verpackungslösungen und Displays mit starker Ausrichtung auf das Shopper Marketing gemeinsam zu entwickeln und durch Simulationen zu testen – wissend, dass die Verpackungen und Displays die entscheidende Rolle bei der Kaufentscheidung spielen können.“



Ambitionierte Umweltziele

Neben dem Fokus auf Wachstum seiner Kunden hat sich Smurfit Kappa ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele gesetzt: Bis 2020 möchte das Unternehmen seinen globalen CO₂-Ausstoß pro Tonne produzierten Papiers um 25 Prozent gegenüber dem Ausstoß im Jahr 2005 senken. Das ursprünglich formulierte Ziel von 20 Prozent wird damit nochmals erhöht. In absoluten Zahlen entspricht die Senkung der fossilen CO₂-Emissionen einer Menge von 929.000 Tonnen. Smurfit Kappa geht davon aus, sein ehrgeiziges Ziel durch Investitionen in Energieeinsparung, Energieeffizienzmaßnahmen und durch eine generelle Optimierung der eigenen Papierproduktion zu erreichen.

Boris Maschmann: „Wir sehen diesen Einsatz als Investition in eine nachhaltige Zukunft und sind überzeugt davon, dass sich unsere unternehmerische Vision vielseitig lohnen wird: für die Umwelt, die Gesellschaft, die Kunden und auch Smurfit Kappa.“

Weitere Informationen auf der Microsite www.openthefuture.de sowie unter www.smurfitkappa.de.

ENDE

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

Maren Grohs

Maren.grohs@smurfitkappa.de

+49 (0)40 63659147