

Der HARTMANN Vertriebs-Innendienst: Ein starkes Team für Ihren Erfolg

Der HARTMANN Vertriebs-Innendienst ist für unsere Kunden ein wertvoller Ansprechpartner. 13 Mitarbeiterinnen und 2 Mitarbeiter mit zusammen mehr als 100 Jahren Erfahrung im Eiergeschäft stehen täglich zur Auftragsabwicklung und für Fragen zur Verfügung. Jeder Kunde hat seine feste und verlässliche Ansprechpartnerin, die die individuellen Eigenmarken- und Handelsortimente kennt. Die Mitarbeiterinnen haben unterschiedliche Länderspezialisierungen, arbeiten in insgesamt sechs verschiedenen Sprachen und stehen sich untereinander mit Rat und Tat zur Seite – so ist gewährleistet, dass Sie von dem gesamten HARTMANN-Branchenwissen profitieren können!



THEMA EVENT

Gemeinsam für das Ei

Termin vormerken: Am 14. Oktober 2011 ist Welt-Ei-Tag



Gemeinsam wollen wir uns auch in diesem Jahr wieder für das Image des Eies stark machen. Für eine flächendeckende Kampagnenwirkung bieten wir allen Kunden die Möglichkeit, das Logo „König für einen Tag“ zum Welt-Ei-Tag in ihr Verpackungsdesign zu integrieren. Auch auf unserer Website www.hartmann-worlddegday.com werden wir die Vielseitigkeit des Eies bewerben und ein Bild aller teilnehmenden Verpackungsreferenzen platzieren. Möchten Sie mit Ihrer Eierreferenz an der Kampagne teilnehmen? Dann geben Sie uns bitte bis zum 10. Juni Bescheid. Unsere Kollegen im Außendienst besprechen gerne Möglichkeiten zur Umsetzung mit Ihnen.

Redaktion und verantwortlich für den Inhalt: Annette Großer und Iris Weckler
HARTMANN VERPACKUNG Mergenthaler Allee 77 D-65760 Eschborn Tel.: +49 (0)6196-932-0
The designations Superface, imagic, Mini Poster Pack, Plus Pack, Fresh Pack and Eggtec are registered trademarks (or trademarks) in the name of Brodrene Hartmann A/S.

www.hartmann-packaging.de



values

Protecting values



editorial



Mit dieser Ausgabe möchten wir Sie auf das Thema „Nachhaltigkeit“ aufmerksam machen. HARTMANN ist in diesem Bereich schon seit vielen Jahren aktiv und bietet Ihnen auch hier Know-how und Unterstützung an. Daneben stellen wir Ihnen die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Vertriebs-Innendienstes vor. Der Vertriebs-Innendienst ist in vielen Fragen der erste Ansprechpartner für unsere Kunden und steht Ihnen mit Kompetenz und Erfahrung zur Seite!

THEMA NACHHALTIGKEIT

HARTMANN übernimmt Verantwortung

Bei HARTMANN ist nachhaltiges Wirtschaften schon seit vielen Jahren fest in der Unternehmensstrategie verankert. Unter dem Motto „Protecting Values“ arbeiten alle

HARTMANN Produktionsstätten und Verkaufsgesellschaften an der Optimierung und Fortführung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Nachhaltiges Wirtschaften ist auf allen Stufen

der Wertschöpfung verankert und ist dabei nicht auf die herkömmlichen Bereiche wie Wasseraufbereitung oder Energieeffizienz beschränkt.

CO₂-neutrale Website

So betreibt HARTMANN beispielsweise auch die Website www.hartmann-packaging.com CO₂-neutral. Durch die Teilnahme an der Initiative „CO₂-neutrale Website“ unterstützt HARTMANN Projekte zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes, wie z. B. den Bau von Windkraftanlagen. So neutralisiert HARTMANN sowohl das CO₂, das durch den Server entsteht, auf dem die Seite gehostet ist, als auch

das CO₂, das durch die Besucher der Website und deren Rechner sowie Monitore verursacht wird.

Bereits im Jahr 1992 führte HARTMANN als eines der ersten Unternehmen der Branche ein eigenes Umweltmanagement-System ein. STEP® steht für Systematic Tool of Environmental Progress und ist ein von HARTMANN entwickeltes Managementmodell, das als operatives Rahmenwerk für all unsere Aktivitäten in puncto Schutz der Umwelt und des Menschen dient. Für das besondere Engagement in seiner Umweltarbeit wurde HARTMANN mehrfach ausgezeichnet, u. a. im Jahr 2000 mit dem höchsten Umweltpreis der Europäischen Union, dem „European Management Award for Environmental & Sustainability Development“.

Fortsetzung nächste Seite.



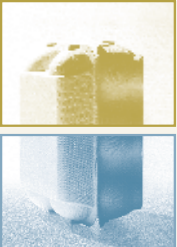
www.hartmann-packaging.com: CO₂-neutral



SHORTLIST / DIE THEMEN

- HARTMANN übernimmt Verantwortung
- CO₂-neutrale Website
- Mit saisonalen Verpackungsdesigns Kaufanreiz schaffen
- Daten und Fakten zum Eiermarkt Deutschland
- Modern und abwechslungsreich im Regal: Erfolgsstory Große Volksbeck
- Der HARTMANN Vertriebs-Innendienst: Ein starkes Team für Ihren Erfolg
- Gemeinsam für das Ei: Welt-Ei-Tag





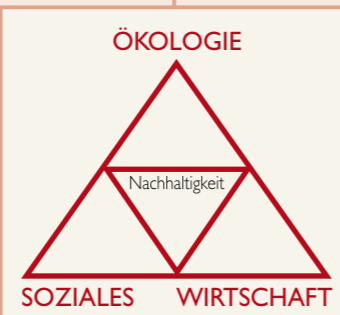
THEMA NACHHALTIGKEIT

Seit 2002 ist HARTMANN Mitglied des „UN Global Compact“ und unterzeichnete 2007 dessen „Caring for Climate“-Vereinbarung. Auch Sie können von unserem Wissen im Bereich Nachhaltigkeit profitieren. Wir liefern Ihnen professionellen und wissenschaftlichen Input für Ihre eigene Nachhaltigkeitsstrategie und beraten Sie gerne rund um das Verpackungsmaterial Faserform und dessen ökologische Vorteile.

Informationen über unseren Service finden Sie online unter der Rubrik > Eier-Marketing > Nachhaltigkeit. Lesen Sie mehr über das Engagement von HARTMANN auf unserer Website unter > Über uns > Nachhaltigkeit.

Wussten Sie schon,

...der heute häufig benutzte Begriff „Nachhaltigkeit“ wurde im Jahr 1987 entwickelt. Das Konzept stammt aus dem Brundtland-Report, der von einer Arbeitsgruppe der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung erstellt wurde. Nachhaltigkeit ist ein dauerhafter Gleichgewichtszustand, in dem die Bedürfnisse der derzeitigen Generation erfüllt werden, ohne dass dies zu Lasten künftiger Generationen geht.



Als grafische Darstellung des Nachhaltigkeitsbegriffs wird häufig das Nachhaltigkeitsdreieck benutzt. Nachhaltigkeit ist nach dieser Darstellung der Zustand, in dem ökologische, wirtschaftliche und soziale Aspekte gleichermaßen berücksichtigt werden. Diese drei Facetten der Nachhaltigkeit werden oft auch als die drei Ps – People, Planet, Profit – bezeichnet.

THEMA MARKETING

Mit saisonalen Verpackungsdesigns Kaufanreiz schaffen.

In jeder Jahreszeit bieten sich zahlreiche Möglichkeiten, das Naturprodukt Ei und dessen Vielfältigkeit in der Küche zu bewerben. So bestehen in der Spargel- und Kürbiszeit optimale Gelegenheiten, den Verbraucher durch moderne und raffinierte Rezeptideen auf der Verpackung zum Eierkauf zu animieren. Die Verbindung von trendigen Rezeptideen mit der eigenen Eierreferenz bringt einen positiven Imageeffekt mit sich. Auch die absatzschwachen Sommermonate bieten viele Themen für kreative Konzepte. Beispielsweise kann das beim Verbraucher beliebte Thema Grillparty auf der Eierverpackung aufgegriffen werden, etwa mit einem raffinierten Sommersalat-Rezept mit Ei als Beilage zum



perfekten Grillabend.

Auch die Themen Picknick, Sommerfrühstück oder leichte Sommerküche liefern jede Menge Potenzial, um Kaufanreize zu schaffen. Liefern Sie den Verbrauchern Ideen und heben

Für saisonale Verpackungsdesigns bietet sich der Einsatz von Peel-Off Etiketten an. Durch eine spezielle Beschichtung kann das Etikett von der Verpackung gelöst werden und bietet auf der Rückseite zusätzliche Kommuni-

Sie sich im Eierregal ab! Leckere Rezeptideen mit Ei und passende Konzepte gibt's bei HARTMANN. Kontaktieren Sie uns!

kationsfläche. Ideal für die Platzierung von Rezepten, Dekotipps, Gewinnspielinformationen oder zusätzlichen Infos zum Ei direkt auf der Verpackung.

THEMA EIERMARKT

Daten und Fakten zum Eiermarkt Deutschland



THEMA SUCCESS STORY

Modern und abwechslungsreich im Regal

Große Volksbeck, Münsterland

Für die erfolgreiche Vermarktung und Einführung von Eiermarken arbeitet Große Volksbeck schon viele Jahre mit dem HARTMANN Marketing- und Grafik Design Service zusammen. Um die Marke „Münsterländer Freiland Eier“ lebendig zu halten, erhielt die Verpackungsgestaltung im Sommer 2010 ein „Facelift“ und wurde durch den HARTMANN Grafik Design Service dezent modernisiert. Daneben unterstützte HARTMANN zuletzt aktiv bei der Durchführung einer Promotion in Kooperation mit dem Movie Park Germany. Auf jeder 6er und 10er Verpackung „Münsterländer Freiland Eier“ wurde ein Gewinnspiel ausgelobt. Verlost wurden 10 Familienkarten für den im Einzugsgebiet ansässigen Freizeit-

park. Auf jeder Verpackung gab es außerdem einen 20 Euro-Ermäßigungscoupon für den Park. „Die Promotion war ein voller Erfolg für uns und unseren Kooperationspartner und ist auch beim Handel sehr gut angekommen“, so Bernd Diekmann, Ansprechpartner für Werbung und Promotions im Hause Große Volksbeck-Diekmann.

Mehr über die Modernisierung von Markenauftritten, Chancen von Promotions und die Partnerschaft von HARTMANN und Große Volksbeck erfahren Sie in unserer neuen Success Story auf unserer Website unter > Eierverpackungen > Referenzen.

Weitere Erfolgsgeschichten finden Sie auf www.hartmann-packaging.de

▷ Möchten Sie neue Zielgruppen gewinnen? Ihre Verpackung modernisieren? Eine neue Marke aufbauen? Unser HARTMANN Grafik Design Team berät Sie gerne zur Positionierung Ihres Eies und entwickelt das passende Verpackungsdesign für Sie. Kontaktieren Sie uns!



1/2011 news

Wie auch in den vergangenen Jahren hat HARTMANN die wichtigsten Zahlen und Entwicklungen des Eiermarktes in einer Präsentation grafisch aufbereitet. Unsere diesjährige Präsentation enthält Daten der aktuellsten Branchenpublikationen inklusive der Zahlen zu den Jahren 2009/2010. Bei Interesse präsentieren wir Ihnen gerne persönlich unsere Ergebnisse. Kontaktieren Sie uns!



Protecting values