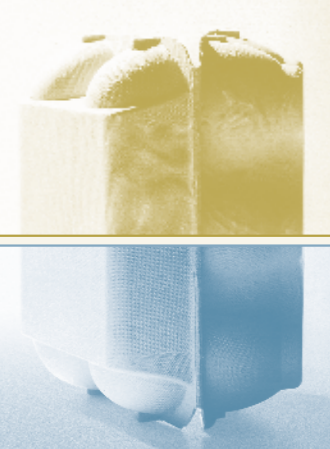


# values

Protecting values



news

## THEMA EVENT

### 50-jähriges Jubiläum

Wir gratulieren unserem Partner Schmutte Eierverpackungsvertriebs GmbH zum 50-jährigen Firmenjubiläum! Lesen Sie mehr über die Erfolgsgeschichte des Unternehmens in unserer aktuellen Success Story auf [www.hartmann-packaging.de](http://www.hartmann-packaging.de) (→ Eierverpackungen → Referenzen).



## THEMA MARKETING & GRAFIK DESIGN SERVICE

### Gute Ideen stapelweise



Der HARTMANN Marketing & Grafik Design Service bietet Ihnen rund ums Jahr frische Ideen für Promotions und kreative Verpackungsdesigns. Passend zu Ihrer Eiermarke entwickeln wir mit Ihnen maßgeschneiderte Vermarktungskonzepte und unterstützen Sie beim Ausbau Ihres Eiersortiments.

Unser Marketing & Grafik Design Team berät Sie gerne – kontaktieren Sie uns!

## THEMA KUNDENSERVICE

### Verstärkung des Verkaufsteams



Wir freuen uns, Ihnen Yvonne Fabinger vorstellen zu dürfen. Seit April 2011 betreut sie für HARTMANN die Region Mittel-Deutschland und die Niederlande. Sie bringt über 10 Jahre Erfahrung in der Druck- und Verpackungsbranche in das Unternehmen ein und steht unseren Kunden mit ihrer Kompetenz und großem Engagement als zuverlässige Ansprechpartnerin zur Seite. Yvonne Fabinger freut sich auf ihre neue Aufgabe: „Ein wichtiger Aspekt meiner Arbeit ist für mich, dass ich für meine Kunden nicht nur Verkäufer, sondern vor allem auch Berater sein kann. Bei Hartmann kann ich beides perfekt vereinen: Hier versorge ich unsere Kunden mit funktionalen und attraktiven Verpackungen und unterstütze aktiv bei der Vermarktung der Produkte. Ich freue mich auf mein spannendes neues Aufgabengebiet.“

Redaktion und verantwortlich für den Inhalt: Iris Beynio  
  
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 Brødrene Hartmann A/S.

[www.hartmann-packaging.de](http://www.hartmann-packaging.de)

2/2011 news

editorial



HARTMANN hat eine neue Verbraucherstudie zum Thema „Ei“ durchgeführt. Die Studie schließt an unsere vorhergehenden Studien an und bietet für uns eine hervorragende Möglichkeit, Markttrends zu erkennen und unsere Produkte darauf abzustimmen. Daneben stellen wir Ihnen in diesem Newsletter einige neue Mitarbeiter vor. Viel Spaß beim Lesen!

## THEMA MANAGEMENT

### Die Führungsspitze von Brødrene HARTMANN A/S



Michael Rohde Pedersen

Heute möchten wir Ihnen die Führungsspitze von Brødrene HARTMANN A/S, der Muttergesellschaft der HARTMANN-Gruppe, vorstellen. Seit September 2010 ist Michael Rohde Pedersen der Vorstandsvorsitzende (CEO) der Gruppe. Gemeinsam mit CFO Claus Frees Sørensen bildet Michael



Claus Frees Sørensen

Rohde Pedersen das Führungsduo des Konzerns. CEO Michael Rohde Pedersen ist bereits seit vielen Jahren in der Papier- und Verpackungsbranche tätig und bringt umfassende Erfahrungen in seine Aufgabe bei HARTMANN ein. Claus Frees Sørensen ist als langjähriger Finanzexperte ein idealer

Partner im Vorstandsteam. Michael Rohde Pedersen wird auch weiterhin auf bestehenden Kompetenzen aufbauen und HARTMANN für seine Kunden verbessern: „HARTMANN steht für hervorragende Produkte und besten Service – das sind unsere Stärken. Wir werden diese Stärken weiter entwickeln und ausbauen.“

### Neuer Vice President Sales & Marketing



Christian Herbert

Im April 2011 konnte HARTMANN daneben Christian Herbert als neuen Vice President Sales & Marketing gewin-

nen. Christian Herbert wird auf internationaler Ebene die Bereiche Vertrieb und Marketing steuern und entwickeln und arbeitet hierzu natürlich eng mit der deutschen HARTMANN-Tochter in Eschborn zusammen.

## SHORTLIST / DIE THEMEN

- Die Führungsspitze von Brødrene HARTMANN A/S
- Neuer Vice President Sales & Marketing
- Aktuelle HARTMANN Verbraucherstudie
- 25 Jahre Partnerschaft
- Top Service bei HARTMANN
- Jubiläum: Schmutte feiert 50-jähriges
- Verstärktes Verkaufsteam bei HARTMANN
- Gute Ideen stapelweise

Protecting values



Protecting values



## Aktuelle Verbraucherstudie: Bewusstsein für Nachhaltigkeit steigt auch beim Eierkauf.

HARTMANN hat eine qualitative Studie durchgeführt, in der spontane Aussagen, Meinungen, Einstellungen und Erwartungen von Konsumenten zum Thema Ei untersucht wurden. Die Studie bestätigt: Nach wie vor sind die Frische und die Haltungsform des Eies die wichtigsten Informationen, die Verbraucher einer Kaufentscheidung zu Grunde legen. Die Ergeb-

nisse zeigen aber auch deutlich, dass sich die Einstellungen und Meinungen seit der ersten Verbraucherstudie aus dem Jahr 2000 deutlich verändert haben. Die Verbraucher achten verstärkt darauf, Eier aus regionaler Erzeugung zu kaufen. Auch die klare Kennzeichnung des Produkts in Bezug auf Haltung und Fütterung der Hennen ist besonders wichtig.

**Interessante Aspekte: Die qualitative Verbraucherstudie von HARTMANN spiegelt spontane Aussagen, Meinungen, Einstellungen und Erwartungen der Konsumenten zum Thema Ei wider.**



Protecting values

### Verpackungskonzepte für aktuelle Anforderungen

Die aktuelle Verbraucherstudie zeigt Trends auf, die für eine erfolgreiche Vermarktung von Eiern genutzt werden können. Ein Beispiel für solche Trends ist die immer größere Bedeutung der Herkunft der Eier. Die Verpackung eines Eies ist die ideale Kommunikationsplattform, um den Kunden über die regionale Herkunft zu informieren.

Regionalität als Vermarktungsinstrument bietet große Möglichkeiten, positive Assoziationen mit einer Region auf das Produkt Ei zu übertragen. Das HARTMANN Grafik Design Team transferiert durch professionelle Verpackungsgestaltung und den gezielten Einsatz

von Stilrichtungen das Image einer Region auf die Eiermarke.

Wie die Studienergebnisse für die Eiervermarktung genutzt werden können, und welchen Service HARTMANN für die Umsetzung bietet, stellen wir Ihnen gerne persönlich vor. Kontaktieren Sie uns!



## 25 Jahre starke Partnerschaft



Hans-Peter Fischer

25-jähriges Jubiläum hat dieses Jahr die Partnerschaft zwischen Hans-Peter Fischer Verpackungen und HARTMANN. Als Großhändler von Eiverpackungen betreut Hans-Peter Fischer kleinere und mittelgroße HARTMANN-Kunden in Süd-Deutschland. Durch seinen engen Kontakt zu den einzelnen Fachabteilungen bei HARTMANN bietet er seinen Kunden neben dem kompletten Verpackungssortiment auch einen optimalen Service rund um die professionelle Gestaltung und Vermarktung. Wir bedanken uns bei Hans-Peter Fischer für die vertrauensvolle und erfolgreiche Zusammenarbeit und freuen uns auf weitere Jahre guter Partnerschaft!



## Top Service - auch für kleinere und mittelgroße Kunden



Viertes Großhändler Meeting: Hartmann Mitarbeiter aus den Fachbereichen Nachhaltigkeit, Verkauf, Innendienst, Marketing und Grafik-Design zusammen mit Partnern aus Deutschland, Österreich, Belgien und den Niederlanden.

Das diesjährige Großhändler-Meeting fand vom 5.-6. September in Heidelberg statt. Mit zahlreichen Fachvorträgen aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Marketing und Grafik-Design informierte das HARTMANN Team über aktuelle Anforderungen und Trends im Markt.

Welche Herausforderungen kommen im Bereich Nachhaltigkeit auf uns zu? Wie entwickelt sich aktuell der Trend „Regionalität“? Wie haben sich die Einstellungen und Wahrnehmungen der Verbraucher zum Thema Ei verändert? Über diese und viele weitere Themen wurde

ausführlich informiert und diskutiert. So stellen wir sicher, dass auch kleinere HARTMANN-Kunden über unsere Großhändler gut beraten und betreut sind.