

## PRESSEMITTEILUNG

### **Treofan verdoppelt im Geschäftsjahr 2015 den Gewinn Ausbau des Spezialitätenanteils, schlanke Prozesse und verbesserte Kostenstruktur als Erfolgsfaktoren**

Frankfurt a.M./Raunheim, 28. April 2016 – Der BOPP-Folienspezialist Treofan hat im Geschäftsjahr 2015 das operative Ergebnis auf über 32 Millionen Euro nahezu verdoppelt, mit weiterhin positiver Tendenz im ersten Quartal 2016. Das sagte CEO Dr. Walter Bickel beim Jahrespressegespräch in Frankfurt.

Als einen wesentlichen Grund für die positive Ergebnisentwicklung bei stabilem Absatzvolumen von circa 155 Kilotonnen nannte er Verbesserungen im Produktmix in Richtung Spezialitäten. So stieg der Anteil von Spezialfolien am Gesamtabsatz 2015 auf fast 70 Prozent; im ersten Quartal 2016 erreichte er bereits 72 Prozent. Den größten Sprung in Richtung Spezialitätenanteil am Produktportfolio mit über 12 Prozentpunkten Zuwachs schaffte Treofan Americas.

Der Anteil von Spezialitäten im Bereich Verpackungen & Etiketten insgesamt liegt nun bei 66%. Bei Folien für Tabakverpackungen beträgt diese Kennziffer 90 Prozent, im Bereich Technische Folien produziert Treofan ausschließlich Spezialitäten. In diesem Segment wird im laufenden Jahr als Innovation die nanostrukturierte, mikroporöse Separatorfolie Treopore angeboten, deren erste kommerzielle Bestellungen derzeit ausgeliefert werden. Nach Bestehen langwieriger Tests für den Einsatz in Lithium-Ionen-Akkus führender Batteriehersteller erwartet Treofan in 2016 ein Ordervolumen von etwa fünf Millionen Quadratmetern.

Zum positiven Ergebnis trug auch die Weiterentwicklung der Organisation hin zu schlanken Prozessen und Kostenstrukturen bei. Als Beispiel hierfür nannte der CEO die kürzlich erfolgte Neuordnung der europäischen Führungsebene.

#### **Vom Folienhersteller zum Spezialisten für Oberflächenlösungen**

Die erfolgreiche Premiumpositionierung entwickelt Treofan organisch weiter. „Wir sehen uns zunehmend als Anbieter von Folien-Oberflächentechnologie in BOPP“, so Dr. Bickel. „Als einziger BOPP-Hersteller, der sämtliche Anwendungsbereiche beherrscht, können wir Folienparameter wie Dicke, Barrierewirkung und Porosität, Haftungseigenschaften oder Verarbeitungsgeschwindigkeit für unterschiedlichste Anwendungen justieren. Diese Fähigkeit, kombiniert mit dem direkten Zugang zu großen Markenherstellern und engen Partnerschaften über die gesamte Wertschöpfungskette, differenziert uns im Markt deutlich.“

Entsprechend optimistisch blickt Bickel auf das laufende Geschäftsjahr, in dem die Profitabilität nochmals zulegen soll. Grundlage dafür sind, neben dem weiteren Ausbau des Spezialitätenanteils, eine noch stärkere Kundenorientierung der gesamten Organisation sowie weitere Investitionen wie beispielsweise ein neuer Coater im italienischen Battipaglia.

#### **Ganzheitliche Verpackungslösungen**

Der strategische Ansatz der kooperativen Entwicklung hat insbesondere im Geschäftsbereich Verpackungen & Etiketten zu einer Reihe neuer Lösungen geführt. Als Beispiele nannte Carolyn Wagner, die Leiterin des Geschäftsbereichs, die Spezialfolie EPT für Thermoforming-IML, das Hybridmaterial HybraPack aus Papier und BOPP-Folie und eine Barrierefolie gegen Mineralölmigration einerseits, und individuelle Verpackungslösungen auf Anforderung einzelner Hersteller andererseits.

Wo Treofan früher unter ‚Innovation‘ die Entwicklung einer neuen Folienrezeptur verstanden habe, gehe es heute vielmehr um ganzheitliche Verpackungsideen, so Carolyn Wagner. „Markenartikler brauchen intelligente Lösungen, die global einsetzbar, leicht zu handhaben, differenzierend und gleichzeitig ökonomisch sind. Unser Anspruch ist es, jedem Kunden genau die Antwort zu liefern, die auf seine Situation passt.“

## **Kraftzentrale für optimale Kundenorientierung**

Um dieses Konzept auch organisatorisch noch besser abzubilden, hat Treofan alle Kompetenzen, die für kundenorientierte Entwicklungen relevant sind, in einem „Tech Powerhouse“ gebündelt. Diese neue, von Dr. Marco Holst und Dr. Yvonne Düpre geleitete Organisation ist dem CEO zugeordnet und verzahnt die Bereiche „Service & Solutions“ einerseits und „Know-How & Competences“ andererseits.

Ersterer umfasst die Funktionen Technischer Service, der als Nahtstelle zum Kunden die jeweiligen Anforderungen definiert, und Business Development & Product Management als Koordinierungsfunktion und Schnittstelle zur Produktion. Letzterer beinhaltet Technology, wo die Materialeigenschaften bestimmt werden, und Quality Management für maximale Zuverlässigkeit, auch beispielsweise in Zulassungsfragen.

Ein Steering Committee aus den drei Geschäftsbereichen Verpackungen & Etiketten, Tabakfolien & Technische Folien und Treopore stellt einen marktübergreifenden Ansatz sicher. „Im Mittelpunkt des Teamworks steht zu jedem Zeitpunkt der Kunde“, erläutert Dr. Marco Holst, Director Business Development & Technical Service. „Seine Anforderungen können wir mit Hilfe dieser dynamischen Kraftzelle künftig noch schneller, flexibler und verlässlicher erfüllen.“

4.775 Zeichen inkl. Leerzeichen

## **Pressekontakt:**

Ulrich Gartner  
Gartner Communications  
t: +49 171 565 7953  
e: [ulrich.gartner@gartnercommunications.com](mailto:ulrich.gartner@gartnercommunications.com)

## **Pressemitteilungen:**

[www.treofan.com](http://www.treofan.com)

Die Treofan Gruppe ist ein führender globaler Hersteller von biaxial orientierten Polypropylen-Folien (BOPP-Folien), die unter den Markennamen Treofan® und TreoPore® vertrieben werden. Treofan bietet das umfangreichste Produktportfolio in der Branche, von Lösungen für die Verpackungs- und Tabakindustrie über Etiketten bis zu technischen Folien für elektronische Anwendungen beispielsweise in Batterien und Kondensatoren. Die Gruppe beschäftigt rund 1.100 Mitarbeiter, betreibt vier Produktionsstätten in Deutschland, Italien und Mexiko, und verkauft ihre Produkte in mehr als 90 Ländern weltweit.