

## PaperChainManagement informeert u over de zaken die ertoe doen

Het tijl keert in de papierindustrie  
Besparen door retro-trends in print  
Prijzen grondstoffen papiermarkt stijgen  
Packaging groeit en bloeit  
Markt voor personality magazines  
Hogere omzet Bertelsmann

Overname Roto Smeets door CirclePrinters rond  
Nieuwe initiatieven door JA|JA-sticker  
Folder blijft ongekend populair  
Belgen ook gek op folders  
Column P(r)ietpraat: Zieke digitalisten  
Informatie over PaperChainManagement

Door capaciteitsreducties en bezettingscijfers:

# Het tijl keert in de papierindustrie

*De capaciteitsreducties die door onder meer door Stora Enso, UPM, Holmen en Norske Skog zijn doorgevoerd of in de loop van dit jaar nog plaatsvinden (o.a. Heinzl Group) missen hun effect niet: een vergelijking tussen 2015 en 2016 toont aan dat er in Europa in z'n totaliteit circa 5% minder is geproduceerd. De eerste prijsverhogingen zijn al aangekondigd.*

In het nevenstaande diagram is de reductie door de grootste concerns aangegeven. Marktleiders UPM en Stora Enso hebben dan ook fors gesneden in de beschikbare capaciteit.

Inmiddels is de vraag naar SC papier toegenomen. Dit is vooral te danken aan een combinatie van afname productiecapaciteit en downgrading, waardoor er een verschuiving heeft plaatsgevonden van de duurdere LWC soorten (uitval bij uitgevers en retailers!) naar de goedkopere SC soorten en zelfs improved newsprint kwaliteiten. Opmerkelijk is dat de Britse markt in de eerste vier maanden van 2017 enorm achterblijft.

### Afname zet door

De afname van volumes

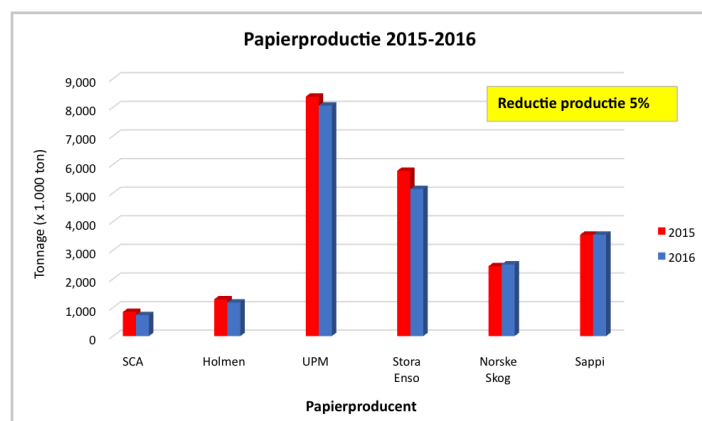
in Newsprint en LWC zet ook in 2017 nog door. De groei en de goede bezettingscijfers zitten in de hoek van de SC varianten; zowel in diepdruk als offset.

Het gevolg van deze ontwikkelingen - Duitsland is op dit moment volgeboekt - is dat de prijzen van de SC kwaliteiten zich in bovenwaartse richting bewegen; de prijzen van de andere kwaliteiten zijn stabiel of staan licht onder druk.

### Prijsverhogingen

Door stijgende grondstofprijzen (o.m. pulp), margedruk en toename van de vraag gaat papierconcern UPM met ingang van 1 juli voor een prijsverhoging van 6% voor de SC-soorten en 4% voor de gecoate soorten.

Vervolg op pagina 2



## Besparen door retro-trends in print

Retailers kiezen in hun reclame-uitingen steeds meer voor wat je zou kunnen noemen een 'retro look & feel'. Afbeeldingen worden gedrukt op een opdikend krantenpapier, al dan niet van een hoge witheid. Matte kwaliteiten zijn trendy. Dit in tegenstelling tot een paar jaar geleden, waar veel meer de keuze viel op glad en meer glimmende papiersoorten. PaperChainManagement heeft diverse opdrachtgevers begeleid in het keuzeproses richting deze nieuwe

soorten. In zowel diepdruk als offset zijn daarvoor diverse opties. Een belangrijk punt is dat PaperChainManagement door testen heeft aangetoond dat ook op kwaliteiten met een lichter gewicht uitstekende resultaten kunnen worden bereikt. Het mes snijdt dan aan twee kanten: een nieuwe, meer eigentijdse uitstraling én veelal een enorme kostenbesparing. Neem voor meer informatie contact op met PaperChainManagement.

# Prijzen grondstoffen verpakkingen stijgen

*De verpakkingmarkt heeft te kampen met stijgende grondstoffenprijzen. De kosten voor recycling nemen toe, pulpprijzen zijn stijgende en de oudpapiermarkt is booming.*

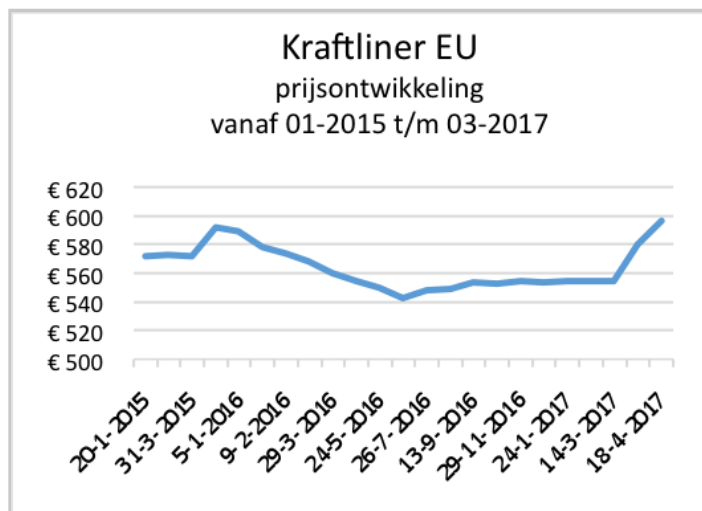
De prijzen van sommige grondstoffen (o.m. oud papier) zijn met 6% tot 10% gestegen. Dit komt ook door een toename van de vraag vanuit de verpakkingmarkt (kraftliners, testliners) en de stijging van de vraag naar oud papier voor de Aziatisch-Chinese markt.

De Chinese overheid probeert met heffingen de import van oud papier uit Europa af te remmen. Europese afnemers van oud papier, met name in Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk, hopen daarvoor op lagere prijzen, maar daar is vooralsnog niets van te merken.

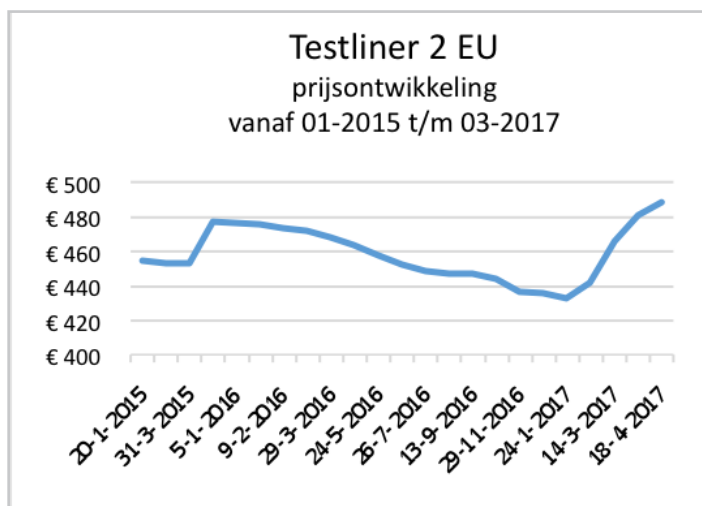
Deze factoren zullen de prijzen van de gerecyclede soorten doen opdrijven. Zo zijn in de verpakkingmarkt de prijzen van kraftliners sinds januari al met € 50 per ton gestegen. Grote leveranciers kondigen zonder nadere mededelingen de prijsstijgingen aan.

## Grafieken

In nevenstaande grafieken is de prijsontwikkeling van Kraftliners en Testliners - een belangrijke kostendriver in de verpakkingindustrie - weergegeven. De trend is hier duidelijk: na een lange daling komt nu een duidelijke stijging.



Bron: PaperChainManagement 2017



Bron: PaperChainManagement 2017

vervolg van pagina 1

## Het tijt keert in de papierindustrie

Ook de firma Burgo heeft verhogingen aangekondigd: houtvrij ongestreken soorten met circa 5%. Stora Enso heeft voor de coated en ongecoate magazinekwaliteiten een prijsverhoging neergezet van € 30 per ton. Papierproducent Sappi heeft voor de Benelux een prijsverhoging opgegeven aan haar klanten van € 37,50 per ton voor zowel de houtvrij gestreken als

ongestreken soorten. De groothandel in Duitsland heeft ook prijsverhogingen met ingang van mei 2017 aangekondigd van 5% tot 10%.

Nu de eerste concerns deze prijsstijgingen hebben aangekondigd zal de druk bij andere concerns toenemen. Het wordt qua prijsontwikkeling een spannend tweede halfjaar.

## Packaging groeit en bloeit

De grootste verpakkingbeurs ter wereld, de driejaarlijkse Interpack in Düsseldorf (4-10 mei), is bezocht door meer dan 170.000 bezoekers. Er waren in totaal 2.865 bedrijven aanwezig. Zowel het aantal bezoekers als exposanten overtrof de verwachtingen.

De beurs werd bezocht door veel decision makers (75% van de bezoekers) en er heerste een superpositieve stemming. Niet alleen waren de allernieuwste trends te

zien, maar ook was er sprake van een investeringsbereidheid. En één ding is duidelijk: digitale druktechnieken gaan de komende jaren voor een ware revolutie zorgen als het gaat om het produceren van verpakkingen.



# Markt voor personality magazines



Het nieuwste initiatief heet &C, een maandblad met als boegbeeld Chantal Janzen. Janzen & Co hebben er een digitaal platform aan vastgeknoopt, met een website, een app en een webwinkel. Sinds april rollen er maandelijks 100.000 tijdschriften van de pers.

Het 14 jaar bestaande maandblad Linda heeft een oplage van meer dan 236.000, plus specials over wonen, meiden, mannen en mode. Linda manifesteert zich overigens ook sterk digitaal, met een uitgebreide website en online tv-kanalen. Linda de Mol weet uitstekend het publiciteitsorgel te bespelen, zoals afgelopen maand met het thema 'Obese', waarvoor ze zes kilo afviel, een

*In het kielzog van het succesvolle maandblad Linda worden met grote regelmaat magazines onder de naam van een bekende Nederlander gelanceerd. Opmerkelijk is dat waar traditionele magazines kampen met dalende oplages, een aantal personality magazines het in print relatief goed doet. Ten opzichte van 2015 zijn vorig jaar de totaal verspreide oplages van magazines en dagbladen met circa 4% gedaald.*

actie die volop aandacht kreeg op tv, internet en in de gedrukte media. Een wat kleinere blijver is het tweemaandelijks magazine Maarten, dat meer het karakter van een opinieblad heeft. Het is in 2008 gelanceerd en heeft een oplage van circa 15.000. Naamgever Maarten van Rossem drukt er minder zijn stempel op dan in het begin, maar zijn brommerige toon blijft waarneembaar.

Sinds 2015 bestaat het blad Wendy, dat elke twee maanden in een oplage van 125.000 wordt gedrukt. Naamgever Wendy van Dijk koos begin vorig jaar voor TMG als uitgever. Ook hier is aan het magazine in print een multimediaal platform gekoppeld.

In navolging van Linda zijn de afgelopen 13 jaar meer dan 40 personality-magazines op de markt gebracht, waarvan een groot aantal beperkt bleef tot een eenmalig of in ieder geval kort avontuur. Denk aan namen als Fernando (Rickson), Matthijs (van Nieuwkerk), Dinand (Woesthoff), Gullit, Sonja (Bakker), Heleen (van Royen), Janine (Jansen),

Rik (Felderhof), Rafael (van der Vaart), Youp (van 't Hek), Catherine (Keyl) en Marijke (Helwegen). Het zangduo Nick & Simon probeerde het in 2015 met een eigen glossy, maar dat bleek geen succes, het bleef steken bij nummer 1. Er kwam al zes keer een magazine onder de naam Donald (Duck) uit. Goedele (Liekens) poseerde van 2008 tot 2013 veelal in sexy outfit op de cover van haar blad, maar slaagde er toch niet in het overeind te houden. Who's next?



**Nieuwe bladen**  
Bij Audax Publishing is het magazine Vrienden eind maart voor het eerst verschenen, gericht op mannen en vrouwen die geïnteresseerd zijn in de aangename zaken van het leven. Zes keer per



jaar in een drukoplage van 130.000. Sinds begin dit jaar is er een Nederlandse editie van het internationale gay magazine Attitude, met als doelgroep de 'jonge gay' van 21-49 jaar. In juli verschijnt een Gay Pride-editie van het magazine, dat zeven keer per jaar uitkomt in een oplage van 25.000 exemplaren. Nieuw voor de fietsliefhebber: Bicycling van WPG Media, zowel in print en als online. Elk kwartaal in een oplage van 60.000.

## Hogere omzet Bertelsmann

Mediaconcern Bertelsmann in Duitsland, het grootste media concern van Europa, heeft in 2016 de hoogste omzet en winst gemaakt sinds 2006. Een omzet van bijna € 17 miljard en een bedrijfsresultaat van € 2,5 miljard. De printactiviteiten van de Bertelsmann groep gaven een omzetzijging van 7%. De diepdruk heeft zich qua resultaten - ook als gevolg van interne saneringen - positief ontwikkeld.



CPH heeft 100% van de aandelen verworven in RSG. De nieuwe combinatie gaat verder onder leiding van een raad van bestuur bestaande uit Peter Andreou (CPH) en Joost de Haas (RSG). De directieteams van beide bedrijven worden samengevoegd.

Op 13 februari werd aangekondigd dat CirclePrinters Holding de aandelen en operationele activiteiten van RSG zou overnemen. Inmiddels hebben de Oostenrijkse mededingingsautoriteiten, de Centrale Ondernemingsraad (COR) van de Roto Smeets Group en de aandeelhouders

## Overname Roto Smeets door CirclePrinters rond

*De overname van de Roto Smeets Group (RSG) door CirclePrinters Holding (CPH) is een feit.*

*Hierdoor is de op een na grootste drukkerijgroep van Europa ontstaan, met 2500 medewerkers en een omzet van 600 miljoen euro.*

van beide ondernemingen ingestemd en daarmee zijn de laatste hobbels genomen. CirclePrinters heeft het

hoofdkantoor in Amsterdam en operationele activiteiten in Oostenrijk (Oberndorfer Druckerei, Salzburg), België (Hélio,



Charleroi), Finland (Helprint, Mikkeli), Duitsland (J. Fink Druck, Ostfildern) en Spanje (Impresia Ibérica, Madrid, Toledo en Barcelona). De onderneming telt 1.500 medewerkers.

Roto Smeets Group heeft het hoofdkantoor in Deventer. De print-divisie heeft operationele activiteiten in Deventer en Weert (als Roto Smeets), in Doetinchem (Senefelder Misset) en in Hongarije in Celldömölk (Antok). De marketing-communicatie divisie in Amstelveen opereert onder de naam MPG. Roto Smeets Group telt 1.000 medewerkers.

## Nieuwe initiatieven door JA|JA-sticker

De discussie over de invoering van de JA|JA-sticker in Amsterdam heeft tot nieuwe initiatieven geleid: 'Folderkiezer' en 'Kies je folder', die beide experimenteren met geadresseerde folderpakketten.

Folderkiezer is een initiatief en reactie van Spotta op het platform van Kies je folder. Ruim 15.000 consumenten (voornamelijk uit Amsterdam) hebben zich bij Kies je Folder aangemeld.

Uit onderzoek blijkt dat er sprake is van nieuw en aanvullend bereik: consumenten die eerst geen folders ontvingen kiezen nu bewust wél.

Of de initiatieven een succes worden, hangt sterk af van de retailers en vooral ook van de ta-

rieven die voor de nieuwe dienstverlening moeten worden betaald.

### Besluit verlaat

De gemeente Amsterdam heeft het besluit over de invoering van de JA|JA-sticker uitgesteld. Het Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen (KVGO) denkt dat het te maken heeft met de civielrechtelijke bodemprocedure die MailDB en het KVGO hebben aangespannen. Door te stellen dat er sprake is van uitstel in plaats van afstel, loopt Amsterdam vooruit op de juridische toetsing en zorgt daarmee voor onzekerheid bij consument, adverteerder en voor economische schade, aldus de KVGO.

## Folder blijft ongekeend populair

Het jaarlijkse Brieven Bus Reclame congres is ook dit jaar weer goed bezocht.

Naast de diverse vakprijzen voor folders die zijn uitgereikt, is volop gediscussieerd over de toekomst van de folder. Het jaarlijkse onderzoek van de DDMA en GfK naar het folderbereik toont aan dat de papieren folder ongekeend populair is en 84% van de ontvangers 'in actie' komt. Het bereik van de papieren folder ligt op 84%, tegenover de digitale folder met 32%. De folder blijft een belangrijk medium bij aankoopbeslissingen; 76% leest folders voor de aanbiedingen. De folder is voor re-

tailers niet alleen een belangrijk communicatiekanaal, maar is ook een directe aanjager van traffic en omzet.

### Belgen ook gek op folders

Negen op de tien Belgen lezen thuisbezorgde reclamefolders, blijkt onafhankelijk onderzoek van BD myShopi, die wekelijks folders bij 4,5 miljoen Belgische huishoudens bezorgt. De overgrote meerderheid van de Belgen leest de folders vaak en intensief, ook de millennials (generatie tussen 18 en 35 jaar). Aan het lezen van folders besteden ze liefst 20 minuten.

# P(R)IETPRAAT

## Zieke digitalisten

*Psycholoog Manfred Spitzer schreef een zeer interessant boek met de weinig verhullende titel Digizek. Deze wetenschapper van Duitse afkomst heeft vier jaar geleden het boek Digitale Dementie gepubliceerd.*

*Spitzer schopt met zijn studies én zijn boeken tegen heilige huisjes: de snelle ontwikkeling van onze digitale wereld in al zijn vormen en verscheidenheid. Donkere wolken trekken aan ons voorbij zonder dat we dat allemaal beseffen en naïeve politici schijnen niet door te hebben wat er echt gaande is. Wetenschappers als Spitzer voelen zich soms een roepende in de woestijn.*

*Je kunt bijna geen mens meer tegenkomen zonder een smartphone in de hand. Zodra je denkt in contact met iemand te zijn, heeft die zijn of haar blik er al weer op gericht. In het slechtste geval bewegen de vingers al weer om een bericht te beantwoorden. Vanwaar dit hinderlijke en hoogst irritante gedrag? Omdat je niks wilt missen, geconnect wilt blijven en op zoek bent naar bevrediging van digitale honger.*

*Het probleem is eigenlijk veel groter: we hebben onszelf ingeprent dat we iets wezenlijks missen als we ons niet op deze manier gedragen. Ik durf te beweren dat het een hersenverzinsel is dat een eigen leven is gaan leiden. Ik ben niet tegen vooruitgang, maar wel tegen de uitwassen daarvan. NOMOFOBIE (No Mobile Phone Fobie) zorgt voor angstverschijnselen en slaaptkortingen. Wat mis je als de telefoon niet op het nachtkastje ligt: NIETS!*

*Smartphonegebruik (Facebook en chatten, etc.) en multitasking*

*hebben een negatief effect op studiestudentenprestaties van kinderen. Deze bijwerkingen zijn onder meer concentratieproblemen en significant slechtere schoolprestaties. Momenteel bezit al meer dan 86 procent van alle Nederlanders boven de 12 een smartphone. Steeds meer raakt men afhankelijk van digitale netwerken en komt informatie digitaal tot ons. De digitale epidemie die over de aardbol raast, raakt ook het onderwijssysteem en vooral het niveau van ons onderwijs. De ontwikkeling van de taal bij een kind is een poort tot het intellectuele leven. De dialoog met de medemens stimuleert in cognitief en sociaal opzicht. Het voorlezen van een boek bijvoorbeeld werkt in de dialoog tussen kind en ouder of leerkracht stimulerend. Het schrijven van woordjes, een stuk tekst en zelfs spiekbriefjes zorgen voor een effectief leerproces; het beklijft allemaal.*

*E-books als leermiddel en het massief inzetten van tablets op (lagere) scholen zorgen voor afnemende schoolprestaties. De cognitieve vaardigheden worden veel slechter ontwikkeld. Intensief gebruik van digitale media - en zeg inmiddels maar rustig internetverslaving - zorgt dus voor een heleboel negatieve bijwerkingen waarvan we de gevolgen pas in de volgende generatie zullen tegenkomen.*

*Of het nu gaat om slaapproblemen, emotionele onrust, toename van obesitas, digitaal autisme, minder deelname aan het sociaal verkeer en cognitieve killers, het zijn allemaal (onbedoelde) gevolgen van (on)doordacht gebruik van wat de techniek ons te bieden heeft. En dat doen dus de zieke digitalisten.*

## Informatie over PaperChain-Management

PaperChainManagement BV maakt de hele supply chain transparant én creëert meetbare verbeteringen bij tenminste gelijkblijvende kwaliteit. Heldere systematiek en transparantie in procedures met betrekking tot procurement hebben een enorme financiële impact en positief effect op het rendement van onze opdrachtgevers. PaperChainManagement ziet procurement als een strategische pijler onder de inkoopstrategie van een onderneming.

PaperChainManagement is ook gespecialiseerd in:

- Papierinkoop: zelf doen, minder risico's én goedkoper
- Huis-aan-huisverspreidingen: meer inzicht en verbetering van prijs/kwaliteit
- Point of sale materiaal: optimalisering inkoop en kostenbesparing
- Drukkerinkoop en begeleiding: kostenbesparingen door outsourcing
- Verpakking: transparantie, outsourcing en kostenbesparing

Meer weten over deze onderwerpen? Of informatie over onze aanpak en werkwijze? Neem dan contact op met directeur drs.ing. P.T. Jorritsma van PaperChainManagement BV.

### CONTACT

tel. +31(0)23 576 22 68  
fax +31(0)23 544 19 46

kantooradres:  
Zijlweg – Zijweg 2  
2015 BK Haarlem

postadres:  
Postbus 1190  
2001 BD Haarlem

webadres:  
www.papercm.com