

impulsiv

Ausgabe 1/2011

Eine Idee setzt sich durch
Bei Sonderaktionen großer Markenartikler im Einsatz
HÖHN-Palettenfuß DBGM

Aufmerksamkeit am Point of Sales
Bayer setzt seit Jahrzehnten auf HÖHN

Reisemobile auf höchstem Niveau
Carthago vergibt Gesamtpaket an HÖHN

Imposante Display-Rakete
HÖHN realisiert für Gardena das höchste Display der Unternehmensgeschichte

Flexibilität zum Vorteil der Kunden
Weitere Digitaldruckmaschine installiert

Gestochene Schärfe, brillanter Fotorealismus
FM-Raster als weitere Option für HÖHN-Kunden



Editorial

Ohne Frage liegen nervenaufreibende Monate hinter uns. Die Krise hat Blessuren hinterlassen in unserer Branche. So mancher Mitbewerber hat nicht überlebt, andere haben zu kämpfen.

2009 war auch für unser Unternehmen ein schwieriges Jahr. 2010 ging es dann wieder aufwärts, und das sogar etwas stärker als erwartet.

Wir hatten uns ein „Jahr des Aufholens“ vorgenommen. Dass dies gelungen ist, freut mich nicht nur für unsere Kunden, die nun offenkundig ebenfalls wieder verstärkten Auftrieb verspüren, sondern auch für alle HÖHN-Mitarbeiter. Es ist spürbar Optimismus zurückgekehrt.

Dass die Zuwächse alle HÖHN-Töchter und -Sparten, Print und Verpackungen, erfassen, bestätigt unseren Kurs. Eine stetige Modernisierung des Maschinenparks ist Voraussetzung dafür, unseren Kunden jene hohe Qualität, Verlässlichkeit und Flexibilität zu bieten, die sie von uns fordern und an uns schätzen.

Auch in schwierigen Zeiten nicht unterbrochen, werden wir dies konsequent fortsetzen.

So sind 2011 am HÖHN-Standort Biberach/Riß für die Sparte Print-Produkte Investitionen in eine neue Falzmaschine, eine moderne Schneideanlage sowie in innovative Hard- und Software vorgesehen. Bei der HÖHN Digital Services GmbH reagierten wir auf das veränderte Auftragsverhalten von alten und neuen Kunden und konnten bereits zur Jahreswende eine zweite Digitaldruckmaschine in Betrieb nehmen. Zentral wird jedoch die Anschaffung zweier Faltschachtel-Klebemaschinen bei der HÖHN Displays+Verpackungen GmbH sein, um im Verpackungsbereich – der für unser Unternehmen immer bedeutender wird – den aktuellen Stand der Technik abzubilden.

Konzernunabhängig und solide finanziert, ist es unserem Unternehmen möglich, die bewährte Linie beizubehalten, um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und unseren Kunden Produkte und Dienstleistungen auf anerkannt hohem Niveau anbieten zu können.

Was bei HÖHN bisher galt, gilt weiter: Wir wollen wachsen – nicht sprunghaft, sondern nachhaltig. Und mit Ihnen in verlässlicher Partnerschaft! ◀


Ihr Sebastian Haug

Eine Idee setzt sich durch

Bei Sonderaktionen großer Markenartikler im Einsatz



Ob Ravensburger Spieleverlag, Nestlé für „Maggi“-Aktionen oder Unilever mit einer Edition für „Knorr“ – sie alle setzen bei Sonderaktionen am PoS auf den von HÖHN entwickelten Palettenfuß DBGM.

Die Verbindung eines Displays mit einer Palette ist nun kinderleicht, die bisherigen Notbehelfe, etwa aufwändige Metallständer, sind jetzt überflüssig. Wo sie bereits ersetzt sind, verschwanden gleichzeitig potentielle Stolperfallen am PoS.

Entwickelt von der HÖHN Displays+Verpackungen GmbH, bietet das neue System jede Menge Vorteile. Funktionaler, leichter, kostengünstiger eröffnet es neue Möglichkeiten bei der Gestaltung von Display-Welten. Das Fußteil aus Kunststoff wird in den

Zwischenraum einer Palette geschoben, darauf wird das mitgelieferte Displayrohr aus Pappe gesteckt und an diesem der Crowner befestigt – einfache Montage, steht völlig stabil, kann leicht entsorgt werden.

„Und der Crowner bleibt während des Abverkaufs immer auf der gewünschten Höhe, auch wenn die Ware schwindet, fügt Martin Held, Verkaufsleiter der HÖHN Displays+Verpackungen GmbH, noch einen Vorteil hinzu. Lieferzeiten? „Nicht länger als die Abwicklung anderer Displayaufträge.“ ◀

Vorteile:

- geeignet für alle Paletten-Typen
- schnell und einfach zu montieren
- kostengünstig
- bewahrt die Ordnung
- einfache Entsorgung, recyclebar

Attraktive Warenpräsentation

Aufmerksamkeit

am Point of Sales

Unübertroffene Wirkung
und Kaufanreiz

Bayer setzt seit
Jahrzehnten auf HÖHN

**Der Grund: Absolute Termintreue,
hohe Qualität, Fachberater vor Ort**

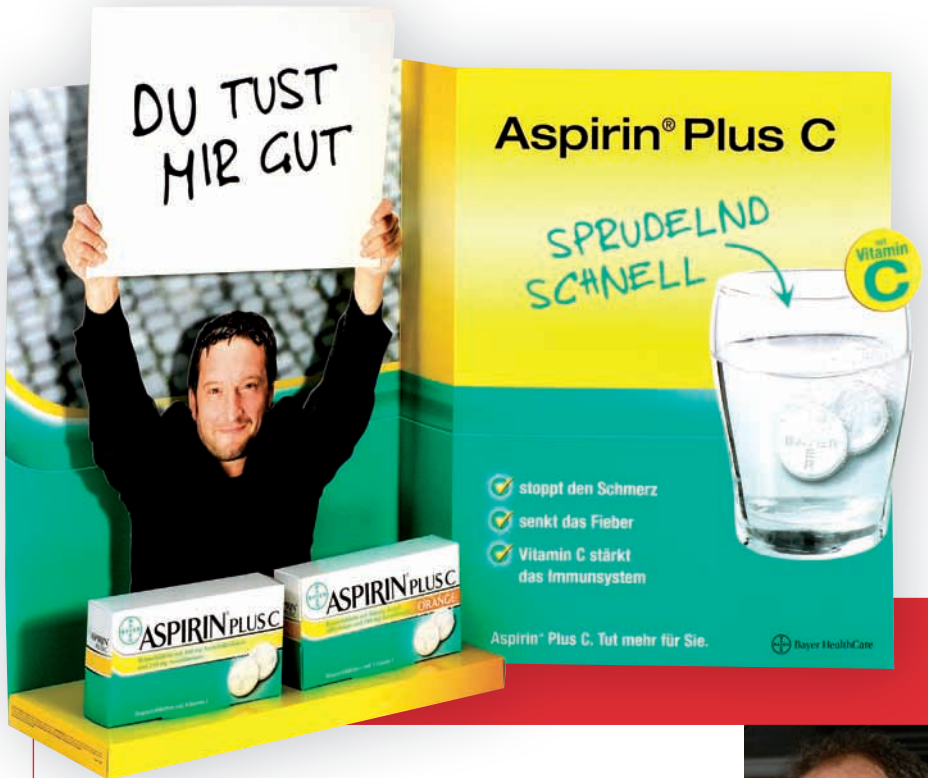
Schon seit über vier Jahrzehnten gehört HÖHN dem Lieferanten-Pool des Bayer-Konzerns an. HÖHN hat sich in dieser Partnerschaft sehr flexibel den veränderten Anforderungen des Global Players angepasst.

Frank Wiederhold, HÖHN-Fachberater im Außendienst mit Sitz in Köln, erreicht Bayer in Leverkusen in wenigen Autominuten, wenn er zu Abstimmungs- oder Beratungsgesprächen gerufen wird. Zu den wichtigsten Fragen dabei gehört: Kann HÖHN den avisierten Liefer-Termin wirklich einhalten?





Bayer



Die Frage ist nachvollziehbar. Denn die aus dem Hause HÖHN bezogenen Displays, Broschüren und Mailings sind nicht selten eingetaktet in umfangreiche Werbe- und Marketingkampagnen. Wie fatal es da wäre, würden an den PoS die Displays fehlen, während im Fernsehen bereits die entsprechenden Spots laufen!

Martin Held, Verkaufsleiter bei der HÖHN Displays+Verpackungen GmbH, schüttelt sich bei dem Gedanken, gibt aber sogleich Entwarnung: „Was bei Bayer zählt, ist Qualität und absolute Zuverlässigkeit. Das wissen wir, seit die Zusammenarbeit begann.“

Routine komme deswegen noch lange nicht auf. Weil Bayer Blockbuster wie etwa Aspirin produziert, gelte es, bei Kampagnen oftmals hohe Display-Auflagen zu bewältigen. Das betrifft Mailing-Aufträge ebenso, wofür HÖHN immer wieder die komplette Versendung abwickelt. ◀

Nachgefragt bei Andreas Eckert



Andreas Eckert,
Teamleiter im Einkauf der Bayer Vital GmbH,
ist verantwortlich für die Beschaffung von Werbemitteln und Drucksachen.

Frage: Die Zusammenarbeit zwischen Bayer und HÖHN erstreckt sich offenbar schon über 40 Jahre. Wie erklären Sie sich eine derart ungewöhnliche Kontinuität?

Eckert: In der Tat sind derartig lange Partnerschaften in diesem Beschaffungsfeld nicht an der Tagesordnung. Die lange Partnerschaft ist ein Resultat aus mehreren Faktoren. Hierzu gehört neben hervorragender Qualität zu konkurrenzfähigen Preisen natürlich auch das Verständnis für unsere zum Teil sehr speziellen Anforderungen an Displays bzw. Printprodukte. Nicht zu vernachlässigen ist auch die immer kürzer werdende Produktionszeit. Gerade in diesem Punkt konnten wir uns immer auf die Firma HÖHN verlassen.

Frage: Gilt bei Bayer für Produzenten von Displays ein besonderes Anforderungsprofil? Welches?

Eckert: Gleichbleibend hohe Qualität ist eine Grundvoraussetzung, die wir von allen unseren Partnern verlangen. Des Weiteren steht bei uns das Thema „Nachhaltigkeit“ im Vordergrund. Dieses ist ein wesentlicher Bestandteil des

Bayer-Leitbildes. In Bezug auf die Produktion liegen unsere Schwerpunkte in der fachlich kompetenten Beratung, zertifizierten Prozessabläufen, bis hin zur termingerechten Distribution gemäß unseren nicht immer einfachen Vorgaben.

Frage: Sehen Sie besondere Vorzüge in der Zusammenarbeit mit einem Mittelständler?

Eckert: Flexibilität ist hier das Schlüsselwort. Groß genug, um unsere Anforderungen abzudecken und dabei noch so beweglich sein, dass (und das kennen wir alle) manchmal noch Änderungen in allerletzter Minute umsetzbar sind, und das in der bewährten Qualität.

Frage: Ihre eigenen Erfahrungen mit HÖHN?

Eckert: Als Vertreter des Einkaufs kann ich sagen, dass sich diese Partnerschaft optimal entwickelt hat. Auch in Zeiten steigenden Preisdrucks, enger werdenden Terminen, erhöhten Anforderungen an die technische Umsetzung ist der menschliche Aspekt erhalten geblieben. ◀

*Wir danken für das Gespräch.
Das Interview führte Thomas Vogel.*



HÖHN-Kunde Carthago

Reisemobile auf höchstem Niveau



Reisemobile in Spitzenqualität, dafür steht die Reisemobilmanufaktur Carthago, die zu den neueren HÖHN-Kunden zählt.

Die Marke „Carthago“ genießt in der Fachwelt wie bei den Kunden einen herausragenden Ruf. Vom ober-schwäbischen Schmalegg bei Ravensburg aus dirigiert, produziert die gleichnamige Gruppe die vier Baureihen Chic c-line, Chic e-line, Chic high-line und Liner, die in der gehobenen Mittelklasse beginnen und bis ins Luxussegment reichen.

Jedes der rollenden Apartments von Carthago ist im Grunde ein Unikat und einzigartig, Resultat aus der Kombination handwerklicher Fertigungsmethoden mit einer hoch technisierten Serienfertigung für bestimmte Produktionsschritte.

Gründungsjahr war 1979, als Karl-Heinz Schuler, bis heute geschäfts-

führender Alleingesellschafter, eine Fertigung von Bausätzen für VW-Bullis begann. Konstruktion und Bau von Reisemobilen erfolgte Anfang der 1990er-Jahre. Produziert wird heute an drei Standorten, jedes Werk ist speziell für eine Reihe konzipiert, was die Spitzenqualität sicherstellt. Eine weitere Basis des Erfolgs ist die beispielhaft hohe Innovationskraft. Kunden verspüren diese nicht zuletzt durch den hohen Wohn-, Schlaf- und Fahrkomfort, die zuverlässige Technik und das eigenständige Design.

Niederschlag und Anerkennung fand diese Kultur nicht zuletzt in einer langen Liste an Auszeichnungen durch die Fachwelt. Das Fachmagazin promobil hat eben sowohl den Chic c-line integriert als auch den Chic e-line integriert zum Reisemobil des Jahres gekürt. Aktuell wurde Carthago beim König-Kunde-Award der Fachzeitschrift Reisemobil international zum Gesamtsieger in der Kategorie Luxus-Fahrzeuge gewählt. Beim zum ersten Mal in der Branche vergebenen TÜV-Zertifikat für geprüften Fahrkomfort fuhr der Carthago Chic c-line Bestwerte ein.

Am 2. und 3. April lädt Carthago zu seiner traditionellen Frühjahrsschau in seinem Werk Ravensburg-Schmalegg. www.carthago.com

carthago®



Nachgefragt bei Bernd Wuschak



Bernd Wuschak,
Verkaufsleiter Carthago, ist im Bereich Marketing, Werbung und Vertrieb bei Carthago tätig.

Frage: Carthago hat HÖHN ein Gesamtpaket an Aufgaben übertragen. Warum?

Wuschak: Für Carthago ist wichtig, einen zuverlässigen und kompetenten Dienstleister an der Seite zu haben, der Lösungen aus einer Hand bietet.

Frage: Was hat bei der Auftragserteilung speziell für HÖHN gesprochen?

Wuschak: Die Firma HÖHN hat uns durch eine hohe Qualität in der Ausführung und Umsetzung überzeugt. Dazu kommt die unkomplizierte und zeitnahe Abwicklung.

Frage: Spielte die räumliche Nähe beider Unternehmen eine Rolle?

Wuschak: Die räumliche Nähe war für uns ein wichtiges Argument. Denn gerade bei Aufträgen, die sehr sehr kurzfristig umgesetzt werden müssen, ist die räumliche Nähe nützlich. ◀

*Wir danken für das Gespräch.
Das Interview führte Thomas Vogel.*

Carthago vergibt Gesamtpaket an HÖHN

Druck und mehr – bei Vergleichstest die Nase vorn

Kataloge und Werbematerial lässt das in allen Belangen anspruchsvolle Unternehmen Carthago von der HÖHN Paper Print GmbH produzieren, verwalten und versenden – große Zuverlässigkeit und Schnelligkeit wurde HÖHN sogar schwarz auf weiß bestätigt.

Dass eine Zusammenarbeit eine von HÖHN passgenau zugeschnittene Lösung erfordern würde, war rasch klar, als der erste Gesprächsfaden zwischen den beiden Unternehmen geknüpft wurde. In relativ kurzer Zeit ist das Auftragsvolumen gewachsen, zuletzt kam der Druckauftrag für den Jahreskatalog hinzu.

Doch HÖHN erledigt für Carthago mehr als den Druck diverser Materialien wie Preislisten und Broschüren. HÖHN unterhält, verwaltet und organisiert gleichzeitig das Werbemittellager inklusive Versand. Ordert ein Kunde via Carthago-Homepage einen Katalog, landet die Bestellung, für ihn unsichtbar, bei HÖHN.

Dort wird der Aussendung ein Anschreiben beigelegt, das nicht nur personalisiert ist, sondern ebenso den zum Wohnort des Bestellers nächsten Carthago-Händler angibt. Gleichzeitig ergeht eine Meldung über den Vorgang an die Carthago-Zentrale und den zuständigen Händler.

„Carthago hat unsere Schnelligkeit und Zuverlässigkeit getestet und dabei hatten wir im Vergleich zu anderen Herstellern die Nase vorn“, freut sich Jürgen May, Verkaufsleiter der HÖHN Paper Print GmbH.

Mit einer hohen Qualität bei den Printprodukten allein kann man heute längst nicht mehr bei allen Auftraggebern punkten, sieht May durch dieses Beispiel bestätigt. Was nicht weniger zähle, seien die darüber hinaus angebotenen maßgeschneiderten Lösungen für Logistik und Versand. Ja mehr noch:

Als besonderen Service unterstützt eine HÖHN-Mitarbeiterin den Reise-mobilhersteller sogar mit Satzarbeiten, beispielsweise bei der Aktualisierung der Preislisten, und kommt hierzu in dessen Zentrale.

Seit zwei Jahren läuft die Zusammenarbeit – „ausgezeichnet“. „Wir sehen uns ganz klar in der Mitverantwortung für den Erfolg unseres Kunden“, sagt May. ◀

Geht ab wie eine Rakete

HÖHN realisiert für Gardena das höchste Display der Unternehmensgeschichte

Imposante Display-Rakete

von GARDENA

Der Gartengeräte-Hersteller Gardena war auf der Suche nach einem Display der sehr spektakulären Art. Sie endete bei HÖHN, wo kurzerhand der Einstieg in den „Raketenbau“ gewagt wurde. Mit rund 4,3 Metern Höhe das höchste Display, das je die HÖHN-Hallen verließ, stieß die „Gardena-Rakete“ schon bei ihrer Taufe während einer Hausmesse bei Gardena auf helle Begeisterung, weshalb die Auflage bereits zwei Mal erhöht worden ist.

Ungeachtet seiner Dimensionen steht das Display, das auf ineinandergesteckten Pappröhren basiert, sehr stabil; es ist zudem mit wenigen Handgriffen und ohne Werkzeug aufzubauen, erläutert Wolfgang Neubert, der bei HÖHN das Kreativcenter leitet. Zum „Raketenentwicklungszentrum“ erweitert, entstanden hier mehrere Prototypen, bis die kecke Idee dann mit optimalem Ergebnis zündete. Dass jedes Exemplar exakt in einen Paletten-Container passt, sei nicht unerwähnt. Vor einiger Zeit realisierte HÖHN für den Kunden schon einmal ein Display der besonderen Art, den „Gardena-Bus“ in Gestalt des legendären VW-Busses der Flower-Power-Zeit, der auch mit dem SUPERSTAR des Display-Magazins ausgezeichnet wurde. ◀



Weitere Digitaldruckmaschine installiert

Flexibilität zum Vorteil der Kunden



Vorteile:

- Kostenvorteile bei kleineren Auflagen
- höhere Flexibilität
- Print-Materialien immer auf dem aktuellen Stand
- personalisierte Prints möglich, ohne zusätzliche Bearbeitungsstufe

Auf die steigende Kundennachfrage reagierend, hat die HÖHN Digital Services GmbH eine weitere Digitaldruckmaschine in Dienst gestellt.

Eine nochmals verbesserte Bildqualität, so lautet eine der Aussagen des Herstellers Konica Minolta über sein neues Flaggschiff im Farb-Produktionsdruck. Seit einigen Wochen hat die HÖHN-Tochter als Referenzkunde den „bizhub PRESS C8000“ im Einsatz, und die Erwartungen wurden nicht enttäuscht. „Das Gerät erreicht annähernd Offsetdruck-Qualität“, berichtet Joachim Wieland, Technischer Leiter der HÖHN Digital Services GmbH, von den ersten Ergebnissen.

Seit dem Einstieg von HÖHN in den Digitaldruck vor etwa einem Jahr ist das Auftragsvolumen in diesem Bereich stetig angewachsen. Ebenso gelang es, neue Kunden zu gewinnen und für bestehende das Leistungsportfolio

abzurunden, fühlt sich Sebastian Haug, Geschäftsführer der HÖHN-Gruppe, bestätigt, die richtige Investitionsentscheidung getroffen zu haben.

Bei kleineren Auflagen bringt Digitaldruck Kostenvorteile, während bei größeren aus dem gleichen Grund weiterhin der Offsetdruck unschlagbar ist, der überdies die Verwendung von Sonderfarben und Lackierungen erlaubt. Durch den sehr viel kürzeren Vorlauf bietet Digitaldruck dafür eine höhere Flexibilität für den Kunden, etwa durch die Möglichkeit, Materialien zeitnah erst bei einem konkreten Bedarf abzurufen. Mitunter rasch veraltend, können sie durch dieses Verfahren sehr viel einfacher immer auf dem neuesten Stand gehalten werden.

Bei Bedarf übernimmt HÖHN den kompletten Versand und beschafft sowie betreibt den nach den spezifischen Anforderungen des Kunden programmierten Web-Shop. Um die Anpassung von Layouts an das Digitaldruckformat brauchen sich diese ebenfalls nicht selbst zu kümmern. Da die neue Digitaldruckmaschine auch Karton bis zu einer Stärke von 350 g/m² verarbeiten kann, ist sie hochinteressant beispielsweise auch für die kostengünstige Produktion von Faltschachteln und Displays in kleinerer Auflage, wie sie etwa für Bemusterungsaktionen oder für Messeauftritte benötigt werden. ◀

„Magnum X“ schlägt sie alle.

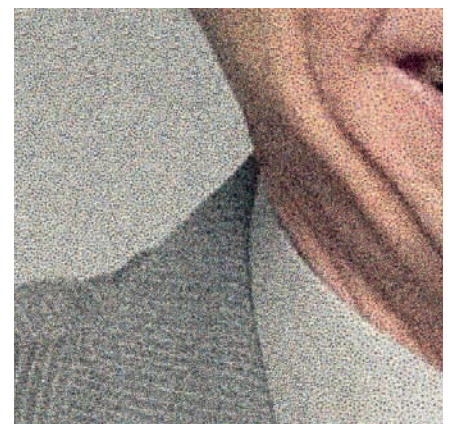
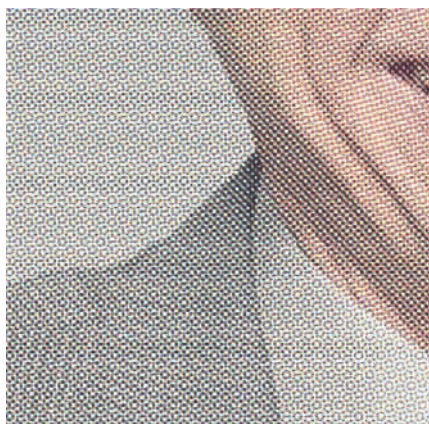
Gestochene Schärfe, brillanter Fotorealismus

FM-Raster als weitere Option für HÖHN-Kunden

Mit dem hochauflösenden FM-Raster der 3. Generation, „Magnum X“, steht HÖHN-Kunden jetzt eine neue Option bei anspruchsvollen Prints zur Verfügung. Gerade bei detailreichen Motiven sind die Vorteile augenscheinlich.

„FM“ heißt „frequenzmoduliert“. FM-Raster zeichnen sich durch unregelmäßige Anordnung der Punkte auf der Druckplatte, unterschiedliche Abstände zwischen den Punkten und insgesamt kleine Punktgrößen aus. Wo viel Farbe gebraucht wird, gibt es viele Punkte und umgekehrt. Mehr Rasterpunkte pro Flächeneinheit wiederum ergeben eine höhere Auflösung, mehr Tiefe, eine gestochene scharfe Wiedergabe.

FM-Raster vereiteln zudem den gefürchteten Moiré-Effekt und die „Rosettenbildung“, unerwünschte Bildwiedergaben also, die durch Interferenzen entstehen. Betroffen davon seien vor allem Motive, die ihrerseits Muster, Streifen oder Strukturen aufweisen, informiert Joachim Wieland, Technischer Leiter bei der HÖHN Digital Services GmbH. Dieser störenden Artefaktbildung beugt ein FM-Raster vor, indem die Rasterung nach den Kriterien der Stochastik (Wahrscheinlichkeitsrechnung) errechnet wird.



Gegenüberstellung AM-Raster Agfa ABS 175 lpi (Abb. links) vs. Magnum X, 21 μ (Abb. rechts)

Der „Magnum X“-Raster von Agfa toppt dabei die vorangegangenen Generationen von FM-Rastern, weil er auf einem Algorithmus basiert, der acht Durchlaufrichtungen berechnet, also keine Vorzugsrichtung zulässt. Dadurch ist er noch unempfindlicher gegen Störeinflüsse, etwa Streifenbildung. Aber nicht allein das Motiv ist ausschlaggebend bei der Wahl des richtigen Rasters. Denn auch der AM- als Standard-Raster habe einen schlagenden Vorteil: „Er ist sehr exakt

reproduzierbar.“ Der bei HÖHN ebenfalls eingesetzte „Sublima“-Raster, ein Zwitter aus „FM“ und „AM“, passt die Art der Rasterung den Tonwerten an.

Aus der Perspektive der HÖHN-Mannschaft an den Druckmaschinen erfordert „Magnum X“ ein Maximum an Aufmerksamkeit und Präzision, um zu optimalen Ergebnissen zu gelangen. ◀

Magnum X
FM-Rastertechnologie

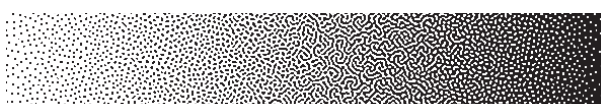


AM-Raster

Agfa Balanced Screening
175 lpi



Agfa Sublima Raster
240 lpi



Agfa Magnum X

Vorteile:

- hohe fotorealistische Bildwiedergabe
- absolute Moiréfreiheit
- kein Sägezahneffekt
- hohe Stabilität des Fortdrucks
- schnellere Trocknung durch geringeren Farbverbrauch
- geringere Farbverschiebung bei Papierverzug

Wir danken für
langjährige Mitarbeit!

40 Jahre

bei HÖHN
Displays+Verpackungen

Jutta Schmid

20 Jahre

bei HÖHN
Displays+Verpackungen

**Eugen Penkalla
Georg Nagel**

25 Jahre

bei HÖHN
Displays+Verpackungen

Martin Held

bei HÖHN Paper Print
Ursula Krämer

10 Jahre

bei HÖHN
Displays+Verpackungen

Katharina Braun



HÖHN-Gruppe erfolgreich re-zertifiziert

Vom 12. bis 14. Oktober 2010 wurde die HÖHN-Gruppe von der TÜV SÜD Management Service GmbH erfolgreich einem Wiederholungsaudit in den Bereichen DIN EN ISO 9001 und DIN EN ISO 14001 unterzogen. Es war bis dato das sechste bzw. vierte Audit dieser Art nach Einführung in den Jahren 1994 und 1998.

Als ausgesprochen positiv wurde dabei die hohe Fachkompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die sehr gute und gewissenhafte Inprozesskontrolle in allen Bearbeitungsschritten von den Auditoren bewertet.



HÖHN-Betriebsfeier bei „Oldtimer Classic“

Mit einem unterhaltsamen Betriebsabend in anspruchsvollem Ambiente haben wir unser Jubiläumsjahr „100 Jahre HÖHN“ ausklingen lassen. Eingeladen waren rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der HÖHN-Gruppe in die Oldtimerfabrik Classic, einem kultigen Treffpunkt in Neu-Ulm mit ausgesprochen kommunikativer Atmosphäre. Wie von vielen Mitarbeitern ausgesprochen, ist die Feier als „rundum schöner, gelungener Abend“ in Erinnerung geblieben.



HÖHN Paper Print GmbH:

Wolfgang Wahl als neuer Kundenbetreuer

Wolfgang Wahl ist neu in unser Unternehmen eingetreten und verstärkt das Verkaufsteam der HÖHN Paper Print GmbH in Biberach. Er ist ausgebildeter Drucker und Industriemeister. „Für Kunden Lösungen zu finden, womit sie sich von Mitbewerbern abheben“, hat er sich ebenso als Ziel gesteckt wie den Aufbau eines eigenen Kundenstamms und die Entlastung der Kollegen. Durch seine Nähe zur Produktion und langjährige Erfahrungen als Kundenbetreuer bringt unser neuer Mitarbeiter beste Voraussetzungen hierfür mit.



Alles hat seine Zeit und alles zu seiner Zeit ...

Getreu diesem Motto und nach 45 Dienstjahren bei HÖHN sah ich jetzt für mich den Zeitpunkt, etwas kürzer zu treten. Zum Jahreswechsel habe ich mich aus der Geschäftsleitung der operativen Unternehmen der HÖHN-Gruppe zurückgezogen, stehe ihr aber weiterhin als Geschäftsführer unserer Holding, der HÖHN GmbH & Co. KG, zur Verfügung. Ebenso begleite ich Sie, liebe Kunden, weiterhin mit Rat und Tat, sollten Sie meine Unterstützung nachfragen.

Mit besten Grüßen
Ihr Lothar Ruhnke



HÖHN GmbH & Co. KG

Hohnerstraße 6 · D-89079 Ulm
Telefon +49 (0)731 494-0
Telefax +49 (0)731 494-300
E-Mail info@hoehn-gruppe.com

HÖHN Displays+Verpackungen GmbH

Hohnerstraße 6 · D-89079 Ulm
Telefon +49 (0)731 494-0
Telefax +49 (0)731 494-237
E-Mail info@hoehn-gruppe.com

HÖHN Paper Print GmbH

Freiburger Straße 65
D-88400 Biberach
Telefon +49 (0)7351 1578-0
Telefax +49 (0)7351 13026
E-Mail paperprint@hoehn-gruppe.com

HÖHN Digital Services GmbH

Hohnerstraße 6 · D-89079 Ulm
Telefon +49 (0)731 494-128
Telefax +49 (0)731 494-129
E-Mail digitalservices@hoehn-gruppe.com

HÖHN Logistik Services GmbH

Hohnerstraße 6 · D-89079 Ulm
Telefon +49 (0)731 494-111
Telefax +49 (0)731 494-199
E-Mail logistikservices@hoehn-gruppe.com



www.hoehn-gruppe.com



Akzente setzen.

Verleihen Sie Ihrer Ware die richtige Kraft, mit HÖHN.

**HÖHN**[®]

www.hoehn-gruppe.com