

2

2004

Deutsch

# Z-INFO

ZIEGLER PAPIER AG

## Papier kommuniziert

initiativ Editorial . 3

innovativ Produktneuheiten und Updates . 4  
introspektiv Unternehmen Ziegler . 6

interaktiv Kommunikation . 9  
inspirativ Zukunftstrends . 10

informativ Kontakte und Impressum . 12

**ZIEGLER**  
P A P I E R

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



## LIEBE LESENDE

Die erste Ausgabe Z-Info 2004 befasst sich mit dem Thema «Innovation bei der Ziegler Papier AG». Als Leiter der Entwicklung gehört es zu meinen Hauptaufgaben, die Innovation von Papieren sowie die Weiterentwicklung der bestehenden Sorten voranzutreiben. Die Fähigkeit zu einer raschen Umsetzung von Innovationen ist ein wesentlicher Vorteil der kleinen Papierfabriken gegenüber Grosskonzernen. Diese haben zwar grössere Entwicklungsstäbe, der Umsetzungsprozess vom Markt bis zum neuen oder geänderten Produkt ist aber zu kompliziert und zu lang. Wir bei Ziegler betrachten es deshalb als Grundvoraussetzung für unser Unternehmen, dass wir innovativ bleiben.

Die Rubrik «innovativ» gibt Ihnen – wie gehabt – Auskunft über die neuesten Entwicklungen in unserem Sortiment. Unter «introspektiv» haben wir wiederum jemanden von ausserhalb

gebeten, das Thema Innovationsmanagement bei Ziegler Papier zu durchleuchten. Dabei handelt es sich um einen Auszug aus der Diplomarbeit von Frau Nicole Ziegler (Universität St. Gallen). Der Aufsatz ist insofern interessant, als sich die meisten KMUs in die gleiche Lage versetzt sehen. Unter der Rubrik «interaktiv» wird unsere Hauptwerbeaktivität für das Jahr 2004 vorgestellt. Mit dem Projekt «Ziegler's best art & print work» sprechen wir vor allem unsere Kunden in der Werbebranche und der grafischen Industrie an. Insgesamt bietet das Z-Info 2/2004 einen Überblick über das Geschehen in unserer Firma und gibt darüber hinaus ein paar interessante Informationen zu unserer Branche. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Ihr Ralf Radecke, Leiter Entwicklung und Qualität  
ralf.radecke@zieglerpapier.com

Bei Ziegler ist immer was los. Fortschritt, Innovation, Weiterentwicklung sind Begriffe, die von uns gelebt werden und sich stets in unseren Produkten widerspiegeln. Hier erfahren Sie, was sich im Einzelnen verändert hat. Das gesamte Papier-sortiment finden Sie ausführlich beschrieben unter [www.zieglerpapier.com](http://www.zieglerpapier.com)

### CORPORATE DESIGN

Unsere weissen Allrounder gehen mit der Zeit. In ständiger Weiterentwicklung haben wir die altbewährte Qualität von Z-Bond Classic und Z-Offset gezielt für Sie optimiert und an die gesteigerten Ansprüche angepasst. Dass sich in der Verarbeitung der Papiere für Sie nichts ändern wird, ist jedoch selbstverständlich. Sie können Ihre Prozesse ohne Bedenken 1:1 weiterführen.

Merkmale der neuen Qualität: leicht weissere Nuance, verbesserte Druckqualität im Offsetdruck, regelmässigerere Durchsicht (konstantere Formation), verbesserte Verarbeitbarkeit im Laser- und im Inkjet-Druck (Z-Bond Classic).

Von der neuen Qualität können Sie ab Februar 2004 profitieren. Muster und Probemengen können Sie ab sofort bestellen. – Übrigens, auch die hochweissen Z-Plot 450, Z-Plot 650 und Z-Laser Color werden farblich an diese Nuance angepasst. Für Infos und bei Fragen kontaktieren Sie nach Möglichkeit bitte Ihren/Ihre Account-Manager/in.

Z-Bond Classic 50 g/m<sup>2</sup> gibts neu mit Security-Features – damit machen wir den Fälschern von Medikamenten das Leben schwer. Seit Jahren fabrizieren wir für die Pharma-Industrie Papiere für Packungsbeilagen (Z-Pharma 40/50 g/m<sup>2</sup>, Z-Bond Classic 40/50 g/m<sup>2</sup>) und haben uns auch deshalb nach GMP zertifizieren lassen. Die Pharmaindustrie ist nun mit der Bitte an uns herangetreten, diese Papiere in einer fälschungssicheren Variante anzubieten. In gewissen Ländern Südamerikas oder Afrikas sind bis zu 80 % der Medikamente nicht original/gefälscht. Dagegen wollten wir etwas unternehmen und haben – vorerst für Z-Bond Classic 50 g/m<sup>2</sup> – ein Papier mit «eingebauter» Sicherheit entwickelt. Dies ohne die bewährten sonstigen Eigenschaften zu verändern. Es handelt sich dabei um ein einseitig angebrachtes Sicherheitsmerkmal, das erst nach chemischer Reaktion mit einem spezifischen Reagenz sichtbar wird. Der Kunde kann so mit einem Reagenzstift (von Ziegler geliefert) die Echtheit des Papiers nachweisen. Muster in A4 und Proberollen können Sie bei Ihrem/Ihrer Account-Manager/in bestellen.



## ■■■■ CAD/OFFICE

Ab März 2004 werden alle Z-Plot und Z-Laser Papiere ebenfalls die neue Nuance erhalten und sind somit in der Weisse der Corporate Design Linie angepasst. Dadurch wird die Kontrastwirkung sowohl bei Inkjet- als auch bei tonerbasierenden Drucksystemen nochmals verbessert.

Mit der Einführung des ImageXpert-Prüfsystems haben wir einen weiteren Schritt in Richtung objektiv messbarer Farbausdrucke gemacht. Das Gerät misst anhand eines gedruckten Bildes 29 Merkmale und bewertet diese. Hiermit wird es für uns das erste Mal möglich, quantitative Messwerte für Benchmarks zu setzen. Weiteres dazu findet sich auch unter [www.imagexpert.com](http://www.imagexpert.com)

Z-Plot 850 hat neu das CBS2-Zertifikat und kann damit in allen Barcode-Leseverfahren eingesetzt werden. Es ist neben Z-Plot 650 und Z-Plot 450 das dritte Papier von Ziegler, das nach diesem Verfahren zertifiziert ist. Neu ist auch, dass sowohl die Verarbeitung auf einer Scitex Versamark als auch die Weiterverarbeitung (Falzen, Schneiden, Einstecken) von

Z-Plot 850 erfolgreich getestet wurden. Ausserdem wird Z-Plot 850 zukünftig beidseitig gestrichen verfügbar sein. Eine Eigenschaft, die sich insbesondere Scitex-Anwender gewünscht haben.

Z-Laser Color wurde – neben den Papieren Z-Bond Classic und CopyZETT W – bei Pira International in England mit gutem Resultat auf einer Xeikon DCP/50D erprobt. Die Daten für das Erstellen des Scriptfiles sind vorhanden. Alle drei Papiere sind gegenwärtig im Zertifizierungsprozess.

## ■■■■ SPECIALTIES

Das Projekt «Release Liner» steht im Moment in der Phase der produktiven Einführung. Ziegler bietet ein beidseitig gestrichenes (clay-coated) Papier an, das Z-Release C1+2S. Es wird in den Grammgewichten 85, 90, 100, 110, 120 und 135 fabriziert. Muster in A4 oder Rollen sind ab Lager verfügbar. Die Sperrschicht gegen Silikonöle ist ausgezeichnet. Testen Sie diese interessante Variante!

Kontakt: [ralf.radecke@zieglerpapier.com](mailto:ralf.radecke@zieglerpapier.com)

Der folgende Artikel wurde abgeleitet aus einer Diplomarbeit (Universität St. Gallen) mit dem Titel «Möglichkeiten und Grenzen von Lead-Usern im Innovationsprozess», geschrieben von Nicole Ziegler. Das Thema Innovation ist zurzeit im Trend, dies vor allem für kleine und mittlere Produktionsunternehmen.



## DAS INNOVATIONSMANAGEMENT DER ZIEGLER PAPIER AG

Ein erfolgreiches Innovationsmanagement stellt eine Grundvoraussetzung für Unternehmen dar, die langfristig im Wettbewerb bestehen wollen. Dass auch Unternehmen der Papierbranche sich aktiv um ihre Wettbewerbsfähigkeit bemühen müssen, beweisen nicht zuletzt die wenig ruhmreichen Schlagzeilen der letzten Jahre.

### «Die logische erste Stufe des Innovationsprozesses ist die Ideengenerierung.»

Der internationale Strukturwandel der Papierindustrie im letzten Jahrzehnt hat in der Schweiz seine Spuren hinterlassen. Konkurse und Aufkäufe von Schweizer Betrieben durch internationale Konzerne sowie radikale strategische Neuausrichtungen zeugen von einem hohen Wettbewerbsdruck. Wie gehen nun die verbleibenden Unternehmen mit den neuen Rahmenbedingungen um? Es gibt mehrere Möglichkeiten, auf den härter werdenden Wettbewerb zu reagieren. Die Produktion kann in Billiglohnländer verlagert werden, durch Eingliederung in Grosskonzerne kann rationalisiert werden oder das Unternehmen kann sich durch die Beherrschung des Innovationsprozesses massgeblich gegenüber der Konkurrenz abheben. So hat sich denn auch eine Vielzahl von Schweizer Unternehmen für eine Nischen-

politik entschieden. Für diese Papierproduzenten ist die Fähigkeit zu permanenten Produktinnovationen erfolgentscheidend. Ein guter Geschäftsgang darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Absatzmärkte dynamisch sind. Produkte, die heute noch den Geschäftserfolg entscheidend mittragen, können in Zukunft bedeutungslos werden. Besonders kleine Organisationen laufen Gefahr, dass die langfristige Sicherstellung eines innovativen und zukunftsgerichteten Produktportfolios neben dem Tagesgeschäft vernachlässigt wird.

Die logische erste Stufe des Innovationsprozesses ist die Ideengenerierung. Grundsätzlich lassen sich zwei Quellen für neue Produktideen bzw. Produktverbesserungen unterscheiden. Man spricht vom Market-Pull resp. marktinduzierter Innovation, wenn eine Produktentwicklung durch bestehende oder zukünftige Kundenbedürfnisse angestossen wird, und von Technology-Push, wenn neue Produktideen aus bestehenden Kompetenzen und neuen Technologien abgeleitet werden, obwohl noch kein konkreter Bedarf kommuniziert wurde. Bei der evolutionären Neuproduktentwicklung sind marktinduzierte Innovationen weitaus häufiger. Ideen werden meist durch bestehende Wünsche und Probleme von Produktkonsumenten generiert. Deshalb ist es ratsam, im Bereich der inkrementellen Innovationen die



Aktivitäten des Ideengenerierungsprozesses auf den Markt auszurichten. Die Bearbeitung der Ideenquellen kann spontan oder systematisch erfolgen.

Auf den ersten Blick scheint Papier besonders hinsichtlich Innovation ein relativ unspektakuläres Produkt zu sein. Dass dem nicht so ist, soll der folgende Abschnitt zeigen, ausserdem sollen die Gründe für die Notwendigkeit einer hohen Innovationsfähigkeit für die Ziegler Papier AG aufgezeigt werden.

**«Auf den ersten Blick scheint Papier ... hinsichtlich Innovation ein relativ unspektakuläres Produkt ...»**

In einer durch Globalisierung und schnelle Produktlebenszyklen charakterisierten Umwelt ist die Anpassungsfähigkeit an Umfeldbedingungen lebenswichtig für Unternehmen aller Branchen. Dies gilt auch für die Papierindustrie und besonders für Produkte, die in irgendeiner Form in technischen Geräten verwendet oder weiterverarbeitet werden, wie dies bei den grafischen Papieren und den Spezialitäten der Fall ist. Ein älteres, jedoch prominentes Beispiel für die Abhängigkeit der Papierindustrie vom technologischen Fortschritt sind die Lochkarten und die Lochstreifen. Lochkarten wurden in den Anfangszeiten des Computers (20. Jh. mit der Hollerith-Maschine) verwendet, um Daten zu speichern und abzurufen.

In den 80er-Jahren kamen allerdings neue Speicherverfahren auf. Lochstreifen wurden bis in die 80er-Jahre als Zwischenspeicher für Telex-Geräte und bei der elektronischen Satzherstellung in Druckereien verwendet und sind erst dann durch neue Technologien ersetzt worden. Die Ziegler Papier AG führte beide Produkte bis 1987 im Sortiment. Die Lochkarten und -streifen starben in dieser Zeit als Medium weitgehend aus und werden heute in der Schweiz nicht mehr hergestellt. Hier zeigt sich, dass auch Papiere Lebenszyklen haben, die mit der Zunahme der Geschwindigkeit des technologischen Fortschritts immer kürzer werden. Seit einiger Zeit kann beobachtet werden, dass im grafischen Bereich die Produktlisten von Papierproduzenten durchschnittlich alle drei bis fünf Jahre total erneuert werden. Wieso braucht jedoch ein Produkt wie das grafische Papier kontinuierliche Innovation?

Grafische und technische Papiere werden für die Weiterverarbeitung hergestellt, deshalb hängen die Veränderungen in den Anforderungen an die Papiere stark mit den technologischen Veränderungen im Weiterverarbeitungsbereich zusammen. Viele Arbeitsgänge, mit denen das Papier in Berührung kommt, sind automatisiert. Sowohl die Druckverfahren als auch die Maschinen, die zur Weiterverarbeitung eingesetzt werden, sind einem rasanten Wandel der neuen

technologischen Möglichkeiten unterworfen. Die Druckmaschinenindustrie weist derzeit eine hohe Innovationstätigkeit auf. Ein aktuelles Beispiel ist die Einführung der neuesten digitalen Farbdruckmaschinen und Kopierer. Unterschiedliche Druckverfahren stellen auch unterschiedliche Anforderungen an den zu verarbeitenden Druckträger. Beispielsweise werden bei jedem technischen Fortschritt in der Xerografie auch neue Qualitätsforderungen an den Papierhersteller gestellt. Durch die Auswahl des richtigen Papiers kann der Drucker Probleme im Druck und in der Druckweiterverarbeitung vermeiden und die Qualität des Endproduktes erhöhen. Neue Technologien erfordern meist neue Eigenschaften beim verwendeten Papier. Dadurch ergibt sich für die Papierindustrie die Notwendigkeit, ihre Papiere ständig den technologischen Veränderungen anzupassen. Der ganze Sektor wendet viel Geld und Zeit auf, um Erkenntnisse über die neuen Technologien und die in diesem Zusammenhang neu geschaffenen Märkte zu gewinnen. Die sich ständig wandelnde Technologie und Technik in der Papier verarbeitenden Industrie schafft sich wandelnde Kundenprobleme und -bedürfnisse, auf die sich innovative Unternehmen ausrichten können. Hier eröffnet sich die Chance für kleine Betriebe, ihr Sortiment permanent und schnell an die neuen Kundenanforderungen anzugleichen und dadurch einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Grossunternehmen zu erlangen. Wichtig für ein Unternehmen in diesem Umfeld ist die Fähigkeit, neue Produkte zu entwickeln und zu vermarkten.

**«Neue Technologien erfordern meist neue Eigenschaften beim verwendeten Papier.»**

Die Ziegler Papier AG konzentriert sich auf Nischen und schätzt die Bedeutung der Innovation für das Unternehmen sehr hoch ein. Hierfür ist es essentiell, sich bewusst auf Kun-

denwünsche auszurichten und besonders innovative Produkte anzubieten. Nun stellt sich die Herausforderung, die zukünftigen Kundenbedürfnisse optimal und kontinuierlich in den internen Innovationsprozess einfließen zu lassen.

Dem Konzeptfindungsprozess der Ziegler Papier AG liegt der theoretische Grundgedanke eines dreistufigen Innovationstrichters zugrunde. Aufgrund von strategischen Leitplanken, die die Ideenbewertung insgesamt kanalisieren, wurden Kriterien definiert, um Produktideen in mehreren Stufen zu bewerten und zu selektieren. Ablauf und Vorgehen für die Bearbeitung einer neuen Produktidee sind detailliert festgelegt.

Für die Ideenerfassung und -speicherung am Beginn des Innovationstrichters wurde ein passender EDV-unterstützter Ideenpool implementiert. Jeder Mitarbeiter kann seine Ideen anhand eines Formulars eingeben. Auf diese Weise wird interne Information zentral gespeichert und kann systematisch bewertet werden. Vor allem bei Mitarbeitern mit Kundenkontakt soll dieses System helfen, Kundeninformationen systematisch im Hinblick auf Innovationspotenziale auszuwerten. Anschliessend durchlaufen die Ideen drei Filter, bevor im positiven Falle ein Entwicklungsprojekt gestartet wird. In einem ersten Filter werden unrealistische und unpassende Ideen ausgeschlossen. In den nächsten zwei Filtern wird die Produktidee mittels detaillierter Analysen hinsichtlich ihrer technischen Umsetzbarkeit und ihres voraussichtlichen Markterfolgs bewertet.

Erfolgreiche KMUs laufen Gefahr, dass sie sich in fetten Jahren vom Markt abkapseln, wenn einerseits das Tagesgeschäft die Ressourcen absorbiert und andererseits die Notwendigkeit für Innovationsaufwendungen nicht offensichtlich ist. Gerade in dieser Phase ist es wichtig, dass ein konstanter Kontakt mit den Kunden und den Märkten aufrechterhalten wird, was mit ihrem institutionalisierten Einbezug in den Innovationsprozess gewährleistet werden soll.

Nicole Ziegler



# Are you inspired by quality?

Ziegler Papier sucht die Profis!



## Sind Sie schon ein Ziegler Profi?

Sie haben sich bereits durch Ziegler Papier inspirieren lassen und kennen unsere Kreativpapiere? Die Linie «Corporate Design» mit Z-Offset (Z-Mail Supra) und Z-Bond Classic (Z-Copy S/OCR), den hochweissen Alleskönner-Papieren für kommunikative Gesamtlösungen mit Qualität und Stil? Und «Natural Design», Zieglers ökologische Kreativpapiere mit eleganter Naturfärbung – OffZETT W und CopyZETT W, die perfekte Alternative zu hochweissen Papieren?

## Ihre Printprodukte auf Ziegler Papier haben eine Auszeichnung verdient?

Dann machen Sie mit bei «Ziegler's best art & print work 04» – unserem Award für das qualitativ beste Gesamtprodukt (art & print) auf Zieglers Kreativpapieren. Eine Auszeichnung für Kreative und Drucker. Zögern Sie nicht und überzeugen Sie uns – es lohnt sich!

art &  
04  
print  
work



## interaktiv Kommunikation

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

### ZIEGLER PAPIER SUCHT DIE PROFIS

Machen Sie mit bei «Ziegler's best art & print work 04» und bestellen Sie die offizielle Ausschreibung.

Ja, ich möchte gerne die Ausschreibung erhalten.

Ort, Datum

Unterschrift

## TRENDS 2004

Unsere bisherigen Prognosen waren jeweils – im Einklang mit denjenigen von viel gescheiteren Menschen – mehr oder weniger falsch. Trotzdem versuchen wir auch diesmal, Ihnen unsere Zukunftserwartungen mitzuteilen.

Der Papierabsatz wird sich weiterhin mit dem Wirtschaftswachstum entwickeln. Da dieses positiv prognostiziert ist, erwarten wir ein höheres Wachstum im Papiermarkt. Dieses wird sich im zweiten Quartal 2004 in Preiserhöhungen oder zumindest in einer Preisverfestigung zeigen. Nach drei Jahren stetigen Preiszerfalles gibt es jedenfalls wieder Hoffnung auf Besserung.

Bei den grafischen Papieren wird der Trend zu undifferenzierten Massenprodukten und einheitlich tiefen Preisen weitergehen. «Down the scale» ist hier gefragt! Entsprechend kann

man auch bei den grossen Konzernen mit einer weitergehenden Konzentration rechnen.

Zusätzlich werden sich die differenzierten «spezielleren Papiere» einen Markt verschaffen. Der Konsument von heute sucht wieder vermehrt die Gegenständlichkeit und das physisch Greifbare. Was bietet sich besser an als das Papier? Diesen Markt werden die kleinen Spezialisten belegen.

Mit Ziegler Papier ist im Jahre 2004 wieder voll zu rechnen. Durch eine Grossinvestition im Sommer werden wir die Qualität nochmals verbessern und die Kapazität der Maschine erhöhen. Zusätzlich werden wir unsere Präsenz auf den Märkten steigern, unser Angebot den neuesten Anforderungen laufend anpassen, und wir möchten zusammen mit Ihnen, unseren Kunden, in eine spannende Zukunft marschieren.

Vorname  
Nachname  
Firma  
Telefon  
Strasse  
PLZ/Ort

Ziegler Papier AG  
Ziegler's Best  
art & print work  
CH-4203 Grellingen



### Asia

Fritz W. Feller  
 Import Export Development Services  
 Eulenbachstrasse 30  
 CH-8832 Wilen SZ  
 Fon +41 1 784 93 40  
 Fax +41 1 784 62 70  
 fritz.feller@netsurfer.ch

### Austria

G.T. Mandl & Co. GmbH  
 Jedleseerstrasse 79-95/97  
 A-1210 Wien  
 Fon +43 1 271 88 76-0  
 Fax +43 1 271 88 78  
 hlinka.gtmandl@chello.at

### France

Gérald Laugée  
 Agent d'usines  
 37, rue du Parc  
 F-93250 Villemomble  
 Fon +33 14 894 25 60  
 Fax +33 14 894 25 76  
 gerald.lauee@wanadoo.fr

### Germany/Netherlands/Belgium

E.R. Neumann GmbH  
 Export/Import  
 P.O. Box 180 322  
 D-40570 Düsseldorf  
 Fon +49 211 71 60 71  
 Fax +49 211 71 75 29  
 axel.kuebler@neumannpapier.de

### Great Britain/Ireland

Kinross Agencies Ltd.  
 11 High Street  
 Otford  
 GB-Sevenoaks, Kent TN14 5PG  
 Fon +44 1959 524 611  
 Fax +44 1959 525 445  
 info@kinrossagencies.ltd.uk

### Italy

Dott. A. Ierardi & C. s.n.c.  
 Rappresentanze Cartiere  
 Via dei Guarneri, 24  
 I-20141 Milano  
 Fon +39 02 574 01 941  
 Fax +39 02 574 01 968  
 antonio.ierardi@tin.it

### Scandinavia

H.W. Bethien Danmark A/S  
 Baldersbuen 29 C  
 DK-2640 Hedehusene  
 Fon +45 46 55 13 00  
 Fax +45 46 55 13 13  
 bethien@bethien.dk

### Spain/Portugal

Ekman Iberica S.A.  
 Plaza Urquinaona 6, 17 A  
 E-08010 Barcelona  
 Fon +34 93 302 30 30  
 Fax +34 93 317 73 29  
 marta.de.mingo.es@ekman-co.se

### USA

Ziegler Paper USA  
 David West  
 20938 North Exmoor Avenue  
 USA-Barrington, IL 60010  
 Fon +1 1 847 713 24 55  
 Fax +1 1 847 713 24 54  
 Mobile +1 1 847 682 49 72  
 david.west@zieglerpaper.com

### HEADQUARTERS

Ziegler Papier AG  
 CH-4203 Grellingen

### Sales Management

Urs Ziegler  
 Fon +41 61 745 12 06  
 urs.ziegler@zieglerpapier.com  
 Norman Humm  
 Fon +41 61 745 12 30  
 norman.humm@zieglerpapier.com  
 Mirjam Hunziker  
 Fon +41 61 745 12 21  
 mirjam.hunziker@zieglerpapier.com

### Sales Team

Marco Gotsch  
 Fon +41 61 745 12 16  
 marco.gotsch@zieglerpapier.com  
 Benno Henz  
 Fon +41 61 745 12 24  
 benno.henz@zieglerpapier.com  
 Alexandra Kluser  
 Fon +41 61 745 12 22  
 alexandra.kluser@zieglerpapier.com  
 Caroline Marti  
 Fon +41 61 745 12 18  
 caroline.marti@zieglerpapier.com  
 Sandra Meury  
 Fon +41 61 745 12 13  
 sandra.meury@zieglerpapier.com  
 Beat Müller  
 Fon +41 61 745 12 17  
 beat.mueller@zieglerpapier.com  
 Philipp Rüeeggler  
 Fon +41 61 745 12 48  
 philipp.rueeggler@zieglerpapier.com  
 Gregor Scherrer  
 Fon +41 61 745 12 14  
 gregor.scherrer@zieglerpapier.com  
 Romaine Weiland  
 Fon +41 61 745 12 20  
 romaine.weiland@zieglerpapier.com

### Logistics

André Schweizer  
 Fon +41 61 745 12 28  
 andre.schweizer@zieglerpapier.com  
 Karoly Toth  
 Fon +41 61 745 12 25  
 karoly.toth@zieglerpapier.com

### Quality Assurance

Hans Peter Borgers  
 Quality Assurance  
 Fon +41 61 745 12 50  
 hans-peter.borgers@zieglerpapier.com  
 Ferdinand Dreier  
 Quality Assurance  
 Fon +41 61 745 12 51  
 ferdinand.dreier@zieglerpapier.com  
 Eugen Holzmann  
 Special Papers  
 Fon +41 61 745 12 52  
 eugen.holzmann@zieglerpapier.com  
 Ralf Radecke  
 Fon +41 61 745 12 10  
 ralf.radecke@zieglerpapier.com