

Wepa präsentiert einheitliche Marke im Professional-Bereich

Martin Schwarz 17.05.2018 - 08:00 Uhr



Foto: Privat

Den Markennamen „Satino“ werden demnächst alle Wepa-Hygienepapierprodukte erhalten, die für WC und Waschräume im so genannten „Away-From-Home-Bereich“ bestimmt sind. Die Produkte von „Wepa Professional“ findet man zum Beispiel in Industriebetrieben, Verwaltungen oder Krankenhäusern. Das Bild zeigt das Wepa-Team auf der Messe „InterClean“ in Amsterdam

MÜSCHEDE/AMSTERDAM. Auf Fachmesse in Amsterdam punktet Hygienepapier-Hersteller mit Systemlösungen für WC und Waschräume.

Der Hygienepapier-Hersteller Wepa hat sich im Produktbereich „Away-From-Home“, der sich an alle Kunden außerhalb von Privathaushalten richtet, neu aufgestellt. Alle 200 Papiersorten, die zum Beispiel für WCs und Waschräume in Industriebetrieben, Verwaltungen oder Krankenhäusern bestimmt sind, erhalten den Markennamen „Satino“. Diese neue einheitliche Markenstrategie stellen Mitarbeiter der Wepa-Geschäftssparte „Wepa Professional“ derzeit auf der Fachmesse „InterClean“ in Amsterdam vor.

In Müschede Fertigung umgestellt

Mit dem einheitlichen Markennamen verbindet die Wepa ihre drei Fertigungsstätten für Produkte im Professional-Bereich. Gefertigt werden diese Hygienepapiere im niederländischen Swalmen, im polnischen Piechowice sowie in Müschede, wobei in Müschede die Produktion auf nahezu 100 Prozent auf Wepa-Professional-Produkte abgestellt ist. Spätestens zum Jahresende 2018 sollen in Müschede nur noch unter dem Satino-Markennamen eingepackte Produkte vom Band laufen. Produkte für die Privathaushalte („Consumer-Bereich“) fertigt die Wepa in anderen Werken, in Ausnahmefällen könnte Müschede allerdings noch für den Consumer-Bereich einspringen.

Mit Messe-Verlauf sehr zufrieden

Mit dem bisherigen Verlauf der internationalen Fachmesse für Reinigung und Hygiene in Amsterdam (15. bis 18. Mai) sind die Geschäftsführer von Wepa Professional (Dr. Benno Hundgebur, Martin Rohde und Bas Gehlen) sehr zufrieden. „Unser Stand wird sehr gut besucht. Hier können wir gut unsere Kontakte zu unseren internationalen Kunden vertiefen“, berichtet Martin Rohde im Telefonat mit WP/WR. Am Wepa-Messestand sind u.a. Einkäufer von Großhandelsunternehmen zu Gast, die dann zum Beispiel Reinigungsunternehmen beliefern.

Systemlösungen sind gefragt

Um sich in einem harten Preiswettbewerb mit Mitbewerbern auf dem Hygienepapiermarkt zu profilieren, setzt die Wepa auf „Mehr-Wert“, der sich nicht nur in hoher Produktqualität mit breitem Sortiment ausdrückt, sondern auch in Nachhaltigkeit (Umweltfreundlichkeit) und Effizienz ausdrückt. Immer wichtiger auf dem Markt werden Systemlösungen. Auf Kundenwunsch kann die Wepa für ein WC oder einen Waschraum alle Hygiene-Artikel liefern: Toilettenpapier und den dazugehörigen Rollenhalter, Papierhandtücher samt Halter, den Seifenspender samt Inhalt, Desinfektionsgel sowie Toilettensitz-Reiniger.

Geschäftlich läuft es bei Wepa-Professional gut. Das Umsatzwachstum liegt sogar leicht über dem, auf zwei bis drei Prozent bezifferten Marktwachstum. Mit zuletzt 180 Millionen Euro Jahresumsatz gehört Wepa Professional in der Branche zu den in Europa führenden Unternehmen.

Umweltfreundliche Kreislauf-Lösungen

Die Wepa will umweltfreundliche Kreislauf-Lösungen bei der Produktion von Hygienepapier vorantreiben. Bei der Wepa in den Niederlanden läuft hierzu schon ein **Pilotprojekt** unter dem Namen „Future Lab“. Es wurde ein Produktionsverfahren für Hygienepapier entwickelt, das nicht nur aus Altpapier, sondern auch aus alternativen Rohstoffen Papierfasern heraustrennen kann. Das gelingt bereits mit **Getränkekartons**. Nun wird das **Recyceln von Kaffeebechern** untersucht.

Mit „**Wepa Liquify**“ zeigt die Wepa auf der Messe in Amsterdam auch noch eine besondere Innovation: Für Flugzeuge, Züge, Kreuzfahrtschiffe, Camping und andere Bereiche mit sensibler Infrastruktur wurde **schnell auflösendes Toilettenpapier** entwickelt, um Rohrverstopfungen zu verhindern. „Wepa Liquify“ gibt es auch als Papierhandtuch.