

Plomari erwartet deutliches Absatzplus

In Deutschland beträgt die Mengensteigerung für die Marke Ouzo Plomari in den ersten sechs Monaten 2021 knapp zwölf Prozent

Der deutsche Markt bietet für das griechische Familienunternehmen und seine Marke nach Einschätzung des Distributionspartners Diversa Spezialitäten GmbH noch Wachstumspotenzial.

Die Plomari Distillery Isidoros Arvanitis S.A. ist seit 1894 ein führendes griechisches Spirituosen-Unternehmen in Familienbesitz. „Unsere Brennerei mit Sitz in Plomari auf der Insel Lesbos verbindet die traditionelle Destillation in kleinen, handgefertigten Kupferkesseln mit modernster Ausrüstung und Qualitätssicherungszertifizierungen für Abfüllung, Verpackung sowie Lagerung“, berichtet Marketing Direktorin Eleftheria Kalfopoulou. Die führende Marke des Unternehmens ist „Ouzo Plomari“, der laut Kalfopoulou seit 1894 nach dem gleichen Rezept und Destillationsverfahren zu 100 Prozent doppelt destilliert wird. „Ouzo Plomari ist der meistverkaufte Ouzo in Griechenland. Wir exportieren ihn darüber hinaus in mehr als 40 Länder. Rund 60 Prozent des Gesamtvolumens entfällt auf den Export“, so die Marketing Direktorin.

Im vergangenen Jahr hat das Familienunternehmen auf dem heimischen Markt wegen geschlossener Hotels und Gastronomie Einbußen hinnehmen müssen, die allerdings durch ein gut laufendes Exportgeschäft kompensiert werden konnten. In diesem Jahr rechnen die Verantwortlichen der Plomari Distillery mit einem mengen- und wertmäßigen Wachstum von insgesamt knapp 20 Prozent. In Deutschland, dem wichtigsten Ausfuhrmarkt der Bren-



Weite Flächen: Das Familienunternehmen verwendet Anis, der auf eigenen Feldern biologisch angebaut wird.

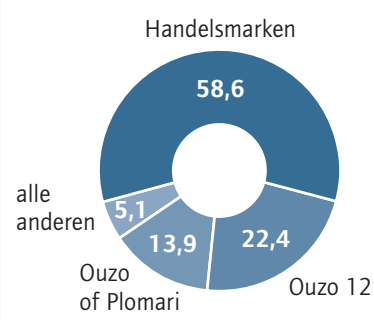
neri, zeigt die Kurve nach Angaben von Distributionspartner Diversa Spezialitäten GmbH im nordrhein-westfälischen Rheinberg ebenfalls nach oben. „Nach einem sehr guten Jahr 2020 verzeichnen wir bei Ouzo Plomari auch im ersten Halbjahr 2021 eine hervorragende Entwicklung. In dem Zeitraum beträgt das Absatzplus 11,8 Prozent“, sagt Dagmar Peters, Senior Product Manager bei Diversa. Die Umsatzsteigerung beziffert sie in den ersten sechs Monaten 2021 auf elf Prozent.

Das Diversa-Team sieht hierzulande noch Wachstumspotenzial für die Marke Plomari. „Angesichts der Größe des deutschen Marktes und

der Tatsache, dass in normalen Zeiten jährlich mehr als fünf Millionen Deutsche Griechenland besuchen, ist reichlich Potenzial vorhanden“, so Peters. Die Herausforderung von Diversa bestehe darin, deutsche Verbraucher, die Ouzo zu schätzen wissen, über die besonderen Eigenschaften des Ouzo Plomari zu informieren. Hieran arbeite man intensiv.

Für die Verantwortlichen von Plomari Distillery hat Nachhaltigkeit aus gutem Grund einen hohen Stellenwert, denn das Unternehmen produziert auf einer kleinen Insel in der Ägäis. „Als traditioneller Hersteller verwenden wir Techniken, die sich über Jahrhunderte entwi-

Plomari legt zu Ouzo Marktanteile, Umsatz*



*Angaben in Prozent
LZ GRAFIK; QUELLE: NIELSEN, 1. HJ. 2021

ckelt haben. Uns ist der Erhalt der Umwelt sehr wichtig“, erklärt Marketing Direktorin Eleftheria Kalfopoulou.

Man setze bei der Produktion Erdgas, aber kein Erdöl ein. Alle Rohstoffe seien natürliche landwirtschaftliche Produkte und alle Verpackungsmaterialien recycelbar. „Unser Anis stammt aus biologischem Anbau auf unseren eigenen Feldern in der Ortschaft Lisvori. Für die gesamte Ouzo-Produktion verwenden wir ausschließlich eigenen Anis“, betont Kalfopoulou. Der werde nur ein Mal im Jahr angebaut und geerntet. Deshalb lagere man die Samen sehr sorgfältig. dh/lz 46-21

Tiefdruck-Branche stellt Weichen für die Zukunft

Die Markenartikelhersteller fordern zunehmend umweltfreundlichere Verpackungen

Auf der Jahreskonferenz des Europäischen Tiefdruckverbands diskutieren die Teilnehmer über die Herausforderungen in Sachen Nachhaltigkeit.



Dialog: Die Konferenz in Thessaloniki hat gezeigt, wohin die Reise beim Thema Verpackung geht.

nen nachhaltigeren Tiefdruck vorgestellt. Beide präsentierten Lösungen für den Einsatz von wasserbasierten Druckfarben im Verpackungstiefdruck, die zu einer deutlichen Reduzierung der CO₂-Emissionen und einer weiteren Verbesserung der Nachhaltigkeit des Verfahrens führen.

Auf der Konferenz wurden auch die Gewinner des „Gravure Award for Sustainable Packaging“ vorgestellt. In der Kategorie Druckerzeugnisse wurden die griechische Verpackungsdruckerei Hatzopoulos aus Thessaloniki für eine Einstoff-Kaffeeverpackung und die vietnamesische Verpackungsdruckerei Thành Phú für ihren Einstoff-Hundefutterbeutel mit einem Preis ausgezeichnet. „Die diesjährige Konferenz hat eine ermutigende Perspektive für die Zukunft des Tiefdrucks aufgezeigt“, so das Fazit von Siever. dh/lz 46-21

Ende September fand in der griechischen Stadt Thessaloniki die Jahres- und Verpackungskonferenz des Europäischen Tiefdruckverbands (European Rotogravure Association, kurz ERA) statt. „Mehr als 80 Fachleute aus der Branche haben im Rahmen der Veranstaltung mit dem Thema „Tiefdruck - der nachhaltige Druckprozess“ über die Herausforderungen in Sachen Nachhaltigkeit im Verpackungsdruck und alternative Beschichtungstechnologien diskutiert“, berichtet ERA-Geschäftsführer James Siever. Thomas Reiner von der in Berlin ansässigen Unternehmensbera-

tung Berndt+Partner Group, die nach eigenen Angaben Deutschlands führender Strategie- und Innovationspartner für den Verpackungsmarkt ist, eröffnete die Konferenz. Sein Vortrag mit dem Titel „Nachhaltigkeits-Tsunami rollt auf die Verpackungsindustrie zu“ bringt es auf den Punkt: Die Strategien der großen Markenartikelher-

steller verlangen von ihren Lieferanten recyclebares Verpackungsmaterial für ihre Produkte mit geringerem CO₂-Fußabdruck.

Anstelle von Verbundfolien fordern die Unternehmen zunehmend Papier als Basismaterial für ihre Verpackungen. Dies könnte nach Einschätzung von Experten jedoch zu einem Ziel-

konflikt führen. Die Funktionalität des Verpackungsmaterials zum Schutz empfindlicher Produkte wie zum Beispiel Lebensmittel, die durch Laminate gewährleistet ist, könnte dabei nämlich beeinträchtigt werden.

Die Druckmaschinenhersteller Bobst und Uteco haben auf der Veranstaltung ihre Innovationen für ei-

LZ LÄNDERREPORTS 2022

Internationale Grüne Woche
ET 14.01.2022, AS 26.11.2021

Mecklenburg-Vorpommern
ET 11.02.2022, AS 17.12.2021

USA/Kanada
ET 04.03.2022, AS 21.01.2022

Berlin-Brandenburg
ET 11.03.2022, AS 28.01.2022

Nordische Länder
ET 22.04.2022, AS 11.03.2022

Niederlande
ET 29.04.2022, AS 18.03.2022

Schweiz
ET 06.05.2022, AS 25.03.2022

Hamburg/Schleswig-Holstein
ET 13.05.2022, AS 01.04.2022

Nordrhein-Westfalen
ET 27.05.2022, AS 14.04.2022

Niedersachsen
ET 24.06.2022, AS 13.05.2022

Asien
ET 15.07.2022, AS 03.06.2022

Irland
ET 29.07.2022, AS 17.06.2022

Bayern
ET 02.09.2022, AS 22.07.2022

Italien
ET 16.09.2022, AS 05.08.2022

Baden-Württemberg
ET 23.09.2022, AS 12.08.2022

Mitteldeutschland: Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen
ET 30.09.2022, AS 19.08.2022

Frankreich
ET 07.10.2022, AS 26.08.2022

Belgien
ET 14.10.2022, AS 02.09.2022

Österreich
ET 04.11.2022 AS 23.09.2022

Griechenland
ET 18.11.2022, AS 07.10.2022

Spanien/Portugal
ET 25.11.2022, AS 14.10.2022

ET = Erscheinungstermin
AS = Anzeigenschluss

