

## Schoko-Technik mit mehr als 400 Teilnehmern

(lg/dp) Die Zentralfachschule der Deutschen Süßwarenwirtschaft (ZDS) zeigt sich sehr zufrieden: Für ihre Paradeveranstaltung, die Schoko-Technik 2010, größter europäischer Event dieser Art, haben sich bereits 15 Prozent mehr Teilnehmer angemeldet als beim letzten Mal zum gleichen Zeitpunkt. Deshalb sei mit mehr als 400 Besuchern zu rechnen.

Erstmals wird die Veranstaltung, die vom 7. bis 9. Dezember auf dem Gelände der Koelnmesse stattfindet, auch mit einer umfangreichen Schoko-Produktausstellung aufwarten, und schließlich werden rund 50 Foyeraussteller das Kongressprogramm abrunden. Unter Vorsitz von Stephen Beckett hat das hochkarätig besetzte Organisationskomitee ein attraktives Programm zusammengestellt, das unter [www.zds-solingen.de](http://www.zds-solingen.de) abzurufen ist. Neben weltweiten Markttrends und technologischen Entwicklungen dürften wohl insbesondere die Themen „Processing High Viscosity Chocolate“, „Sustainability“ und „Carbon foot print“ auf die größte Resonanz stoßen.

Sämtliche Vorträge werden simultan ins Deutsche, Englische und Französische übersetzt. Die Referenten kommen aus Deutschland, Dänemark, Großbritannien, der Schweiz, Frankreich, Belgien und den USA.

In der „Postershow“ werden darüber hinaus letzte Studienergebnisse vorgestellt (z. B. über Fettreif in Pralinen und Berechnung von Pflanzenfettanteilen und Kakaobestandteilen in Milchschokoladen).

### Lebensmittelsicherheit im globalisierten Handel

(es) Unter dem Titel „Globalisierte Warenströme – Sichere Lebensmittel“ findet am 25. und 26. November 2010 in Berlin ein Symposium des Bundesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) statt. Im Fokus der Veranstaltung steht die Lebensmittelsicherheit in Zeiten des globalen Handels.

Vertreter der Lebensmittelwirtschaft, des Handels und der europäischen Kontrollbehörden sowie Wirtschaftspartner und Schwesterbehörden aus Drittländern kommen zusammen, um über die Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit im freien Warenverkehr zu



## Zwei Verpackungswettbewerbe und viele Preise

(kg/se) Mehr als 400 Gäste hatten im Kongresszentrum der NürnbergMesse gespannt auf das Gesamtvotum der Jury gewartet: Wer sind die Gewinner des 33. Deutschen Verpackungswettbewerbs? Diese kamen aus allen Branchen und Disziplinen rund um das Thema Verpackung. Sie arbeiten in der Food-, Kosmetik- und Pharmaindustrie, als Packstoff- und Packmittelhersteller, Markenartikler, Designer und in Agenturen. Die prämierten Arbeiten umfaßten das gesamte Spektrum an Verpackungsmöglichkeiten – von nutzerfreundlichen Verschluss- und Dosiersystemen und emotional gestalteten Verkaufsverpackungen über effiziente wie ökologische Transportverpackungen und Prototypen bis hin zu innovativen Komponenten in

der Maschinenteknik. Die insgesamt 22 Auszeichnungen werden in allen sieben Kategorien vergeben: sieben Preise für Verkaufsverpackungen, vier für Transportverpackungen, zwei für Design, Ausstattung und Veredlung, zwei für Display- und Promotion, vier für Prototypen, eine für Maschinenteknik sowie zwei Nachwuchspreise.

Zu den Gewinnern zählte als Einsender, Gestalter und Hersteller auch die SCA Packaging Deutschland Stiftung & Co. KG mit ihrer Produktlösung für Mars, Viersen.

Ein innovativer Lösungsansatz für die Herausbildung von Stapelecken bei Wellpapptrays für Zweitplatzierungen und Shelf-Ready-Systeme sind das konstruktive Kernelement dieser Trayverpackung (Foto



rechts). Beim manuellen Aufrichten der Trays werden die die Stapelecken über einen Hebelmechanismus automatisch herausgebildet und ermöglichen einen sehr effizienten Konfektionierungsvorgang in Verbindung mit einer hervorragenden Stapelfähigkeit. Überzeugt hat die Jury das sehr innovative Konstruktionskonzept in Verbindung mit einem wirtschaftlich effizienten Materialeinsatz.

Preise gab es auch beim Wettbewerb um den Pro Carton/ECMA Award für besonders gelungene Faltschachteln herausragender Qualität. Die Sieger wurden auf dem Wiener ECMA-Kongress geehrt. Beworben hatten sich Teilnehmer aus 15 Ländern.

Viele Faltschachteln wurden speziell dafür gestaltet, andere

Materialien zu ersetzen oder weniger Material einzusetzen. Sieger in der Kategorie Süßwaren wurde die Premiumverpackung für die Marke Hüppen (Gottlieb Spezialitäten AG) der Schweizer PAWI Verpackungen AG (Foto links). Konzipiert wurde die Verpackung zur Neupositionierung der traditionellen Hüppen-Waffelröllchen, die es seit über 200 Jahren in der Schweiz gibt. Mit der Verpackung sollte eine neue Zielgruppe angesprochen werden. Das Design wurde von der Agentur Packthis geschaffen.

Die Faltschachtel ist in einem warmen Braun gehalten und besticht durch ihre Eleganz. Die Kundenforderung, eine Verpackung für eine Premium-Linie zu schaffen, wurde voll erfüllt.

## UK Takeover Panel Plans Rules Overhaul In Wake Of Cadbury

By Jessica Hodgson  
The U.K. Takeover Panel, a merger and acquisition watchdog, Thursday announced plans to overhaul takeover rules in the wake of Kraft Foods Inc.'s GBP11.9 billion acquisition of British confectioner Cadbury, to give target companies in hostile takeover situations a better chance of defending themselves. But the Panel stopped short of recommending some of the more populist measures recommended by some politicians and business people after the Cadbury takeover, including limiting the influence of short-term shareholders like hedge funds in bid situations. However, in a controversial move which may prove unpopular with M&A advisers in London's financial district, the Panel will require a much greater level of disclosure on advisory fees.

The Panel's core proposals focus on tightening the co-

“The Code Committee has concluded that hostile offerors have, in recent times, been able to obtain a tactical advantage over the offeree company to the detriment of the offeree company and its shareholders,” the Takeover Panel said. The Panel said it will require stricter disclosure of the identity of a company involved in a takeover situation.

The proposals recommend that any publicly-named bidder in a takeover situation must clarify its position with regard to an offer within a four-week period. During this time it must either announce an intention to bid or to walk away. In contrast to the current rules, the Panel will require that the identity of any company which has made an approach to another must be disclosed. In truncating the timetable for offer disclosures and making bidders' identities clearer, the Takeover Panel is primarily seeking to close

build up positions which could be used to determine the eventual outcome.

The Cadbury situation stoked some hostility to foreign takeovers in the U.K., but primarily concerns were focused on the role that short-term shareholders played in swinging support away from the board of Cadbury, which initially wanted the company to remain independent, and towards Kraft, which eventually prevailed in January 2010. During the bid situation, over a quarter of Cadbury's share register fell to hedge funds, Roger Carr, the former Cadbury Chairman said in a speech earlier this year. This effectively disenfranchised the long-term institutional shareholders who backed the company's desire to remain independent, Carr and others argued.

But the Panel's proposals

company law and would in practice be unworkable.

Lawyers specializing in M&A in general welcomed the fact that the Panel had steered clear of a radical redrawing of the rules based on a populist response to the Cadbury situation.

“This looks like the past approach of the Panel making sensible ad hoc changes to keep up to date with market developments, and not the more radical end of the spectrum, which some commentators have pushed for after the Cadbury deal,” Richard Cranfield, chairman of the Corporate practice at London-based law firm Allen & Overy, said. “Dealmakers should adapt easily to these changes and bidders will not be deterred.”

In a surprising move which is likely to irk investment bankers and other advisers, the Panel recommends that “inducement