Verheißungsvolle Verhüllung

Eine gute Verpackung macht ein Produkt unverwechselbar und stärkt so die Beziehung zum Kunden. Viele Mittelständler scheinen davon nichts zu wissen

Die Verpackung macht's. Falzen, schneiden, kleben – wer weiß wie, kann sich besser am Markt behaupten als die Konkurrenz. „Verhüllung ist Verheißung", sagt der Verpackungskünstler Christo. In Deutschland wetteifern die besten Verpackungsmacher alljährlich um den Oscar der Branche: den Deutschen Verpackungspreis. Anfang September wird eine Jury die diesjährigen Nominierungen bekannt geben. Gesucht sind die kreativsten und innovativsten Verpackungslösungen. „Neuartige Verpackungen sind für den Erfolg eines Produktes manchmal besser als die beste Werbung", sagt Thomas Reiner, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Verpackungsinstitutes (DVI) in Berlin, das den Preis ausgeschrieben hat.

Kosteneinsparungen bis zu 60 Prozent möglich

Bei vielen Mittelständlern ist diese Botschaft noch nicht angekommen. Für sie erfüllt die Verpackung vor allem eine Schutzfunktion. Kartonage und Folien sollen sicherstellen, dass die Ware unversehrt beim Kunden eintrifft. „Vielen Herstellern ist noch gar nicht der Gedanke gekommen, dass sie ihre Produkte wie einen klassischen Warenartikel verteilen können", sagt Hans-Georg Böcher, Direktor des Deutschen Verpackungsmuseums in Heidelberg. Vor allem Zulieferer und Servicedienstleister würden die Rolle der eigenen Marke im B2B-Geschäft unterschätzen. Denn auch der Einkäufer eines rational kalkulierenden Unternehmens lasse sich bei seiner Kaufentscheidung von emotionalen Gesichtspunkten beeinflussen. Böcher: „Es gibt keine ausschließlich rationalen Geschäfte."

Häufig sind es Kostengründe, aus denen sich Unternehmer gegen eine schärfer profilierte Markenstrategie entscheiden. Denn eine aufwendig gestaltete Verpackung ist teuer. „Zudem sind neue Verpackungen meist mit Investitionen verbunden", sagt Gerhard Hagel vom Nürnberger Beratungsunternehmen V+E Consult, das sich auf die Verpackungsentwicklung und Rationalisierung von verpackungstechnischen Prozessen spezialisiert hat. In den vergangenen 15 Jahren haben Nagel und seine Mitstreiter zum Beispiel im Auftrag der Molkerei Campina einen neuen Doppelkammer-Becher für die Landliebe-Produkte entwickelt und die Verpackungen für Einwegflaschen von Coca-Cola verbessert. „Im Verpackungsbereich lassen sich durch gezielte Optimierung in der Regel 40 bis 60 Prozent der Kosten einsparen", sagt Hagel.

Der Großteil dieser Einsparungen lässt sich durch den Einsatz moderner Verpackungsmaschinen realisieren. Mit ihnen können die häufig noch recht personalintensiven Prozesse im Bereich Verpackung und Vertrieb rationalisiert werden. Meist lassen sich bei der Umstellung auf eine neue Art von Verpackung dann auch beim Packstoff selbst Optimierungspotenziale nutzen.

Bild: Fotolia

Vom Fertiggericht bis zum Gefahrgut

„Verpackung ist heute kein Produkt mehr, sondern eine echte Technologie, in der es um Konzepte für Schutz, Handhabung, Lagerung, Materialeinsparungen, Logistik und Werbewirkung geht", wirbt etwa SCA Packaging für seine Angebote. Das Unternehmen, das auch in Mannheim produziert, zählt zu den weltweit führenden Herstellern und verpackt Produkte vieler Branchen, von Fertiggerichten über Textilien bis zu Gefahrgütern. Full-Service, also umfassende Beratung von der Entwicklung bis zur Produktion, ist für SCA wie für die meisten anderen Verpackungsunternehmen mit Standbein in der Rhein-Neckar-Region selbstverständlich.

Gerhard Hagel, Berater bei V+E Consult Bild: V+E Consult

Thomas Reiner, Chef des Deutschen Verpackungsinstitutes. Bild: DVI

„Nur wer die Problemstellungen des Verpackungsmarktes ganzheitlich angeht, wird auch in Zukunft seinen Kunden einen spürbaren Mehrwert bieten", sagt Frank Westermann, Geschäftsführer der Packmann GmbH in Eppelheim. Er entwickelt mit seinem Team maßgeschneiderte Verpackungslösungen für Kunden aus unterschiedlichen Branchen. Den gleichen Anspruch haben auch die Verpackungsmacher vom Verpackungs-Kontor Seiler in Heidelberg, der Kartonagefabrik Rack und Schuck in Mannheim und des Wellpappen-Produzenten Smurfit Kappa in St. Leon-Rot.

Zu den großen Verpackungsspezialisten in der Metropolregion zählt zudem die Weidenhammer Packaging Gruppe in Hockenheim, Europas Nummer eins in der Herstellung von Dosen und Trommeln. Zu den neusten Produkten zählt zum Beispiel ein verkaufsförderndes „Weinfass" aus Kunststoff und Pappe. Die Friedrich Sanner GmbH in Bensheim hat sich auf Kunststoff-Verpackungen für die Pharma- und Gesundheitsbranche spezialisiert.

Museumsdirektor Böcher rät mittelständischen Unternehmern, die Verbesserungspotenzial bei der Verpackung ihrer Produkte sehen, zunächst einmal den ganzen Prozess zu hinterfragen. Es gebe zwei Szenarien: „Entweder kommuniziert eine an sich gute Verpackung nicht mehr gut genug am Point of Sale oder eine Verpackung hat technische oder wirtschaftliche Defizite." Die Fehlerbehebung selbst sei dann ein Abwägen zwischen kreativen Ideen einerseits und technischer Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit andererseits.

Ohne Experten dürfte es allerdings schwer fallen, die optimale Lösung zu finden. Das Thema ist komplex, richtig verpacken ist etwas für Spezialisten. Sie wissen um den effizienten Umgang mit Schneide- und Falzmaschinen. Sie kennen die verschiedenen Sorten von Papier und Pappe, Kunststoff und Plastikfolie. Sie wissen, wo die Klebepunkte hinkommen und mit welchen Tricks sich beim Packen von Pappschachteln Zeit sparen lässt.

Daniel Albrecht

STUDIENGANG

Seit Anfang der 80er Jahre gibt es in Deutschland den Studiengang Verpackungstechnik. Das Angebot an Studienplätzen ist trotz wachsenden Interesses begrenzt. Zurzeit bieten die Technische Fachhochschule Berlin (www.tfh-berlin.de), die Hochschule für Druck und Medien Stuttgart (www.hdm-stuttgart.de) und die Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (www.htwk-leipzig.de) das Fach an. Die Studierenden erlangen Kenntnisse über verschiedene Werk- und Packstoffe von der Herstellung über Verarbeitungstechniken, Gestaltung, Drucktechniken, Verpackungsprüfung, Rechtsvorschriften, Logistik und Recycling.