

Vom Druck zur Verpackung – oder: Wie eines zum anderen kommt

Österreich ist ein kleines Land, aber wenn es um Verpackung geht, dann hat das Land am Strome auch Großes zu bieten. Da macht die Faltschachtelproduktion keine Ausnahme. Und das „Groß“ bezieht sich hier nicht zwingend auf die quantitative Größe des Unternehmens – ja, in Österreich haben wir auch echte „Global Player“ – sondern auf die Kreativität, die Innovationskraft und die Flexibilität des Unternehmens. Die Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG ist ein Paradebeispiel dafür. Ursprünglich als reine Akzidenzdruckerei gegründet, hat sich das Unternehmen mittlerweile ebenso im Verpackungsmarkt fest etabliert. Pack & Log sprach mit Geschäftsführerin Ing. Doris Wallner-Bösmüller über die Herausforderungen des Marktes und ihr Erfolgsgeheimnis.

In den letzten Jahren haben einige Druckereien versucht, sich im Verpackungsumfeld ein zweites Standbein zu schaffen und sind gescheitert. Warum hat es bei Bösmüller geklappt?

Weil wir schon frühzeitig begonnen haben, uns als Druckerei neu auszurichten. Bereits vor knapp 20 Jahren wurden von meinem Vater die Weichen in Richtung Verpackung gestellt. Seither beschäftigen wir uns intensiv mit diesem Geschäftsfeld. Selbstverständlich haben auch wir unser Lehrgeld bezahlt, aber das war zu den damaligen wirtschaftlichen Zeiten leistbar. Und mittlerweile haben wir jede Menge Erfahrung gesammelt und konnten ein beachtliches Know-how in Sachen Faltschachteln und Etiketten aufbauen.

Es gibt einige Big Player in Ihrer Branche. Da kann man leicht „erdrückt“ werden. Wie haben Sie sich positioniert?

Wir haben uns in eine Nische gesetzt und bewegen uns zwischen den Big Playern und jenen Akzidenzdruckereien, die nebenbei ein wenig Verpackung mitproduzieren. Mit dieser Positionierung verfügen wir über ein echtes Alleinstellungsmerkmal und können damit die Bedürfnisse des Marktes ideal bedienen.

Können Sie dazu ein Beispiel geben?

Wenn Sie sich die Lebensmittelbranche und insbesondere das Fleischsegment ansehen, dann fällt dort der Trend zu Biofleisch auf. Und nicht nur das, es geht auch immer häufiger um ausgefallene Bio-Fleischsorten, wie z.B. jene seltener Schweinerassen. Für ein solches Produkt brauchen Herstellerbetriebe auch die entsprechende Verpackung, um das Produkt am PoS vertriebswirksam und zielgruppenorientiert zu präsentieren. Die Stückmengen sind für diese Nischenprodukte aber nicht allzu hoch und deswegen hält sich das Interesse der „Big Player“ in Grenzen und den Druckereien, die nebenbei

Die Verpackung als Verkäufer. Neben dem Produktschutz ist es eine der wichtigsten Aufgaben der Verpackung, das Produkt am PoS in Szene zu setzen und so Kaufanreize zu schaffen



Fotos: Bösmüller

Verpackung produzieren, fehlt das Know-how. Bei uns sind hingegen solche Unternehmen bestens aufgehoben.

Bleiben wir bei der Verpackungsentwicklung. Was sollte der Kunde beachten?

Vorausschicken möchte ich folgendes: Je früher wir in die Entwicklung einer Verpackung eingebunden sind, desto mehr können wir von unserem Know-how einfließen lassen. Denn es gibt bei der Verpackungsentwicklung vieles zu beachten. Neben dem

.....
Das Interview führte
Mag. Gernot Rath
.....

Produktschutz und dem Design, welches letztlich die Marke transportiert und maßgeblich zum Verkaufserfolg beiträgt, geht es auch darum, die industriellen und wirtschaftlichen Anforderungen zu erfüllen, vor allem was die Produzierbarkeit betrifft. D.h.: Welche Mengen können in welcher Zeit hergestellt werden? Hier geht es um Kosten und Effizienz. Und selbstverständlich muss unter

denselben wirtschaftlichen Gesichtspunkten auch die Weiterverarbeitbarkeit auf den Verpackungsanlagen der Kunden gegeben sein. Natürlich variieren diese Aspekte je nach Auflage. Es macht einen Unterschied, ob ein Unternehmen hundert Verpackungen im Monat oder 10.000 am Tag benötigt. Aber prinzipiell kann man sagen: Es hilft die schönste Verpackung nichts, wenn sie nicht effizient und kostengünstig hergestellt und befüllt werden kann.

Sie bieten folglich ein Verpackungs-Komplettpaket an ...

... und darüber hinaus. Unser Service endet nicht mit der Auslieferung der Verpackung. Denn wenn unser Kunde den Handel beliefert, wird er mit zahlreichen Anforderungen konfrontiert. Es geht dann um Themen wie Regalgröße, Abnahmemengen, Aktionen, Lebensmittelsicherheit, speziell die Migration. Und in all diesen Punkten verfügen wir dank unserer Erfahrung über ausreichend Know-how. Das kombinieren wir wiederum mit der eigentlichen „Bösmüller-Essenz“: der Beratung. Auf diese Weise können wir

unseren Kunden ein echtes Fullservice-Paket rund um die Verpackung anbieten. Außer den produktionstechnischen Faktoren gilt es auch die markenkommunikativen Aspekte des Produktes zum Ausdruck zu bringen. Dazu dient die individuelle Formensprache, die Haptik des Materials, die Veredelungsmöglichkeiten, Öffnungsmechanismen, Zusatznutzen uvm.

Gibt es bei Bösmüller Grenzen in der Faltschachtelproduktion?

Nein, weder nach oben noch nach unten! Wir produzieren Faltschachteln in all ihren Ausformungen. Von den einfachen quaderförmigen Verpackungen bis hin zu hochveredelten Luxusverpackungen in komplexen Geometrien. Und quantitativ reicht unser Portfolio vom Prototyping bis zur Massenaufgabe.

Wo liegen die Herausforderungen?

Zum einen in der steigenden Individualisierung. Das führt zu sinkenden Auflagen bei steigenden Mutationen. Zum anderen wird die Planbarkeit immer schwieriger, da die Unternehmen ihre Absatzzahlen immer schwerer festlegen können. Ein Grund dafür sind die Verordnungen der Lebensmittelgesetze, die sich sehr oft ändern und die erfordern, dass neue Bestimmungen auf die Verpackung gedruckt werden müssen. Daher scheuen die Unternehmen davor zurück, zu viel Ware auf einmal produzieren zu lassen. Oder es werden kurzfristige LEH-Promotions angesetzt auf die Herstellerbetriebe raschest reagieren müssen und z.B. von heute auf morgen Schleifen oder Zuschnitte für Joghurts produziert brauchen. Die Lösung für all diese Herausforderungen heißt Flexibilität. Und darin liegt auch der große Vorteil von Bösmüller. Aufgrund unserer Ausrichtung, unserem Know-how und dem technischen Equipment können wir das leisten was benötigt wird, um diese Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

Sie haben das technische Equipment angesprochen. Wird bei Bösmüller in die Zukunft investiert?

Selbstverständlich, denn gutes technisches Equipment ist die Grundvoraussetzung, sozu-

sagen das Mittel zum Zweck. Wir orientieren uns dabei immer an den Erfordernissen des Marktes. Die letzte Maschine, die wir angeschafft haben, war eine 8-Farben Offsetdruckmaschine mit Wendeeinrichtungen. Mit ihr können wir beide Standbeine von Bösmüller – den Akzidenz- und den Verpackungsdruck – optimal bedienen. Seit vier Wochen läuft sie im Vollbetrieb.

Apropos Zukunft. Nachhaltigkeit ist in diesem Zusammenhang ein großes Thema ...

... und wird bei uns großgeschrieben. Wir haben als einzige Druckerei in Österreich unsere gesamte Produktion klimaneutral gestellt. Die Umwelt und unsere Kunden profitieren dabei von der „Bösmüller-for-Climate-Initiative“ in Zusammenarbeit mit der Klima-Allianz des Senats der Wirtschaft. Unternehmen, die ihre Drucksorten und Verpackungen bei uns produzieren, haben die Sicherheit, dass wir einerseits sehr darauf achten, unsere CO₂-Emissionen zu senken und andererseits den dennoch entstandenen CO₂-Ausstoß automatisch zu kompensieren. Das geschieht durch die Förderung von zertifizierten Klima-Projekten – speziell im Bereich der Wasserkraft und der erneuerbaren Energien. Damit stellen wir sicher, dass die bei einer Druckproduktion unvermeidbar entstehende Menge CO₂ an anderer Stelle eingespart bzw. wieder in Sauerstoff umgewandelt werden kann.

Der große Vorteil für unsere Kunden ist, dass sie die Position „Drucksorten“ bei der CO₂-Evaluierung unberücksichtigt lassen können – kein Verwaltungsaufwand und keine Kosten für die CO₂-Kompensation. Und man darf Drucksorten nicht unterschätzen. Sie spielen in der CO₂ Bilanz eines Unterneh-

mens neben der Mobilität und der Energie eine große Rolle.

Wie gehen denn die Unternehmen mit dem Thema Umwelt um?

Sie gehorchen in erster Linie wirtschaftlichen Kriterien. In Bezug auf Nachhaltigkeit gibt es bei Unternehmen Überlegungen hinsichtlich der Sinnhaftigkeit von Umverpackungen. Ist es z.B. notwendig, eine Tube nochmals in eine Faltschachtel zu verpacken? Oder ein Honigglas mit einer Schleife zu versehen? Es hat sich aber gezeigt, dass sich die Verkaufszahlen erhöhen, wenn die Tube in einer Faltschachtel samt Beipackzettel verpackt ist, oder auf der Schleife um das Honigglas eine „Botschaft“ steht, über die der Konsument angesprochen wird. Dem Produkt wird durch eine Umverpackung erstens zusätzlicher Schutz zuteil, zweitens eine höhere Wertigkeit verliehen und drittens braucht man am Produkt immer mehr Platz zur Erfüllung aller Kennzeichnungspflichten. Letztlich wird mit einer schönen Verpackung der Kaufanreiz gesteigert. Und Studien belegen, dass der Markt bzw. Konsument positiv auf diesen Reiz reagiert.

Sehen Sie hier einen Widerspruch zur Nachhaltigkeit?

Nein, so würde ich das nicht sehen. Über den Produktschutz, den die Verpackung bietet, wird Verschwendung vermieden, insbesondere bei Lebensmitteln. Und zudem ist eine Faltschachtel eine Kreislaufverpackung. Gehe ich verantwortungsvoll mit der Verpackung um – in diesem Fall mit dem Rohstoff Altpapier – sehe ich darin keinen Widerspruch.

Vielen Dank für das Gespräch.



„Es hilft die schönste Verpackung nichts, wenn sie nicht effizient und kostengünstig hergestellt und befüllt werden kann“, betont Ing. Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG