

5. Verpackungsdialog des Deutschen Verpackungs-Museums

■ Nach der Begrüßung durch den Museumsvorsitzenden Peter Jochen Schott setzten namhafte Redner Zeichen für die Verpackung als Produkt. Das Motto der von Museumsdirektor Hans-Georg Böcher moderierten Veranstaltung wurde von ganz unterschiedlichen Seiten beleuchtet und gewann im Verlauf der Veranstaltung immer mehr an Kontur.

Unter dem vielsagenden Titel „Die Verpackung als Flagge der Marke“ stellte Bernd M. Michael, Chairman & CEO Grey Worldwide von der Grey Global Group Middle Europe, Düsseldorf, seine Sicht auf die Regalfronten vor allem deutscher Supermärkte dar. Die meisten Verpackungen der Consumerprodukte nutzten ihre Marken-chance nicht und blieben ein Produkt unter vielen, verwechsel- und somit austauschbar, äußerte sich der Werbeexperte.

Gutes Produkt + gute Verpackung + gute Kommunikation = Erfolg am Markt. So einfach und schlicht diese Aussage scheint, so selten ließen sich dafür gelungene Beispiele am Markt finden, lautet das Urteil von Ralph Wiegmann, Managing Director der International Forum Design GmbH, Hannover („if“). Es fände keine Symbiose von Werbern und Gestaltern sowie der Produkt- und Verpackungs-entwicklung statt. Der Schlüssel zum Problem liege meist in den Produktentwicklungszyklen. Allgemein sei es so, dass sich der zeitliche Ablauf von der Produktidee bis hin zum fertigen Produkt inklusive Werbung und Verpackung in engen Bahnen bewege und nicht alle Beteiligten von Beginn an involviert seien. Unterschiede gebe es dennoch: Manche Produktdesigner gingen heute mehr in die Tiefe, stellte Wiegmann fest. Oftmals fehle dann jedoch die Zeit für eine gelungene Produktpräsentation und -kommunikation.

Lang anhaltenden Beifall erntete Prof. Dr. Dieter Strecker, Psychologe, Theologe, Psychotherapeut, Coach und Autor zahlreicher Bücher, für seinen beeindruckenden Gastvortrag „Das Ich-Design. Oder: Jeder hat sei-

nen Entwurf von sich selbst“. In bewegenden Worten zeigte Strecker am Beispiel einer Erzählung des amerikanischen Autors J.D. Salinger, dass jeder Mensch sein ureigenes Profil – das Ich-Design – besitzt, das in der Kommunikation immer wieder neu geformt und gestaltet wird. In der Interpretation von Prof. Dr. Strecker gewann der Begriff Design eine ganz neue und aufregende Bedeutung, die sich von der herkömmlichen Definition der kreativen Gestalter abhob und diese doch zugleich auf eine sinnvolle Weise ergänzte.

Reinhard Schneider, Vorstand der Geschäftsführung und Gesellschafter der Werner & Mertz GmbH („Erdal“), zeigte in seinem Vortrag „Der Frosch als ‚Verpackung‘“, welche „Karriere“ der Frosch seit seiner Einführung als Markenzeichen im Jahre 1901 gemacht hat. Das Wasser liebende Tier, das mit jeder Witterung gut zurecht kommt (und deshalb den Bereich Schuhpflegemittel treffend symbolisiert), ist als gekrönter Froschkönig bei Jung und Alt ein echter Sympathieträger. Für viele Zuhörer überraschend: Die Dachmarke „Frosch“ (Reinigungsprodukte) kommt ebenfalls aus dem Hause Werner & Mertz.

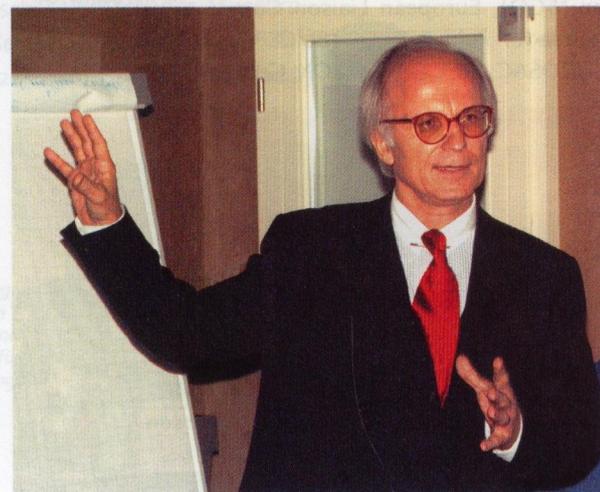
Wie sieht die Verpackungsmaschine der Zukunft aus? Dieser Frage ging Gerhard Schubert, geschäftsführender Gesellschafter der Gerhard Schubert GmbH, Crailsheim, nach. Der agile Unternehmer stellte seine ganz persönliche Zukunftsvision des revolutionären Verpackungsroboters mit Hilfe eines Computer-animierten Videos dar. Die Verpackungsroboter der Zukunft sind seiner Vorstellung nach mit Werkzeugen bestückt, die entlang eines Produktzuführbands und eines Schachteltransportbands aufgestellt sind. Dank ihrer Mobilität haben sie sich dort selbst aufgestellt. Jeder Roboter kennt den gesamten Verpackungsprozess, führt aber nur jeweils die ihm zugedachte Funktion aus, die vom Werkzeug bestimmt wird. Fällt ein Verpackungsroboter aus, wird fehlerfrei weiterproduziert, da sich das Gesamtsystem automa-

Verpackung ist Produkt – unter diesem Motto lud das Deutsche Verpackungsmuseum Mitte November Mitglieder und Gäste zum fünften „Verpackungsdialog“ nach Heidelberg ein. Rund 80 Teilnehmer nahmen an dieser europaweit wohl einzigartigen Dialogreihe zwischen Marken- und Verpackungswelt teil.

tisch umstellt. Nur die Gesamtleistung reduziert sich dabei vorübergehend. Sicherlich wird der Werkzeugwechsel selbst auch automatisch erfolgen. Eine weitere Besonderheit ist, dass Verpackungsmaschinen der Zukunft E-Mails an den Maschinenbauer schicken werden und ihn auffordern, anstehende Wartungsarbeiten oder Reparaturen auszuführen.



Reinhard Schneider



Bernd M. Michael



Klaus Thimm

Klaus Thimm, Inhaber der THIMM – The Highpack Company, Northeim, machte in seinem Abschlussvortrag „Produkt ist Verpackung“ deutlich, wie wichtig eine konzeptionelle Verpackungsstrategie für die gesamte abpackende Industrie ist. Er zeigte auf, dass sich in Unter-

nehmen die Bereiche Vertrieb, Marketing und Technik viel zu wenig miteinander abzustimmen pflegen. Verpackungen seien maßgeblich für die Wertsteigerung der Produkte verantwortlich. Eine richtig angesetzte Verpackungsstrategie beeinflusse nicht nur die Supply Chain, sondern sei auch direkt am Erfolg eines Unternehmens beteiligt.

Niedermayr Papierwarenfabrik mit Verlust in 2001

Die mittlerweile verkaufte Niedermayr Papierwarenfabrik AG, Rosenheim, hat im Geschäftsjahr 2001, wie jetzt aus einer Pflichtmitteilung ersichtlich ist, bei einem Umsatz von

12,2 Mio. € (-13%) einen Verlust von ca. 650 000 € erwirtschaftet. Zusammen mit dem bestehenden Verlustvortrag in Höhe von knapp 2 Mio. € ergibt sich damit ein Bilanzverlust von 2,65 Mio. €. An Eigenmitteln weist das Unternehmen insgesamt 11,5 Mio. € aus, was einer Eigenkapitalquote von 78% entspricht. Das Barvermögen lag bei 4,9 Mio. € und wurde marktkonform kurzfristig angelegt. Die Niedermayr AG wird, nachdem sie zum 1. März 2002 ihre gesamten Papiersackaktivitäten an die Korsnäs Wilhelmstal GmbH, Achern, verkaufte, als Vermögensverwaltungsgesellschaft fortgeführt. Diese soll die verbliebenen Liegenschaften, insbesondere die beiden stillgelegten Zweigbetriebe in Neuendetelsau und Weingarten, bestmöglich verwerten. Gleichzeitig wurde der Name der Gesellschaft in Circel Grundstücks- und Vermögensverwaltungs AG umgewandelt.

Gerhard Schubert, Schubert Verpackungsmaschinen

Ich bin Mitglied, weil in Verpackung Geschichte steckt.



Die Mitglieder des DVM: Agentur für Industrieverpackung • Arbeitsgemeinschaft Kunststoffe und Folien • asCom Confection • AssoDomini Fvdi • Dahtens • BASF AG • Bayer Vital • Behrens Pack & Print • Bielefelder AG • Berni & Partner BFSV e. V. • Bischof & Klein • Blechwarenfabrik Limburg • Lothar Böhm • Creating Brands • Bonora Verpackungen August Töpfer & Co. • Brangs • Heinrich • Branson Ultraschall Emerson Technologies • Brauerei Beck & Co. • Braunschweiger Metallverpackungsgesellschaft • British American Tobacco • Büro für Steuerberatung Attila Török • C & S Display • Verpackung • Café Kösel • C&A Conseil en Design de Marque • CD Cartondruck • Debal-Verpackungen Coca-Cola • Copaco Gesellschaft für Verpackungen • CP Schmidt Verpackungs-Werk • Daco-Verlag Günter Blöse Danapak Deutschland • F. Dau & Sohn • DB Design • DDB Werbeagentur • Der Grüne Punkt • Duales System Deutschland • Deutscher Fachverlag • Europack Wellpappe • DVI Deutsches Verpackungsinstitut e.V. • Eckstein Handelsagentur • Edeka Zentrale AG • Carl Edelmann • Heimo Emminger • Fachverband Faltschichtindustrie e. V. • Fakum • Marketing, Kommunikation, Public Relations • Ferrero • Field Rotopack • fit • Flexum Flexible Verpackungen • Fraunhofer-Institut für Materialfluß und Logistik • Gaba • Galerie Vogel • Werner Gaster • GDA Gesamtverband der Aluminiumindustrie e.V. • GEA Firmen GmbH • GEM Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. • Genossenschaft Deutscher Brunnen • GlaxoSmithKline Consumer Healthcare • Goldwell • Grabber Indusa Maschinenbau AG • Grierson • de Beukelaar • Tassilo von Grolman Design • Gruber • Weber Karton • Adalbert Grieshaber • Guinness UDV Deutschland HPE Bundesverband Holzpackmittel, Paletten, Exportverpackung e. V. • Hardenberg-Wilthen AG • Hartmann Druckfarben • Heart of Ireland Plakat Industrie BPPM • Heidelberger Druckmaschinen AG • Henke Holding • Henkel • Henkel Teroson • Hepak Druck • Verpackung • Hauchemer Verpackung • Dr. Karl Höhn • Hoffmann Neopac AG • HPV Hauptverband der papier-, pappe- und kunststoffverarbeitenden Industrie e.V. • HSB-Vertriebsgesellschaft • Huber Verpackungen Hueck Folien • Hüthig • IK Industrieverband Kunststoffverpackungen e.V. • Industrieverpackungen Werner Brunner • Informations-Zentrum Weißblech e.V. • Initiative Umwelt und Papier • Info-Zentrum Papier, Karton und Pappe • Johnson & Johnson • Kappa Packaging • Karstadt AG • Kartonagen Schwarzenberg • Kartonveredlung Knapp • Katjes Fassini Kellogg (Deutschland) • Klann Verpackungen • Klingele Papierwerke • Klosterfrau Vertriebsgesellschaft • Knabe & Co. Kohles, Kiewes & Partner • Hans Kolb Wellpappe • Ko-Trade Andreas Kopp • Korsnäs Wilhelmstal • Kraft Foods R + D Kings Fruchtsaft AG • Carl Kühne • C. Josef Lamy • Lang-Verpackungen • J. Langenbach • Latocha FotoDesign • Dr. Lauterbach & Partner • Lawson Mardon Singen • Leipziger Messe • Leunisman • Liedtke Etalfabrik • Fritz Majer & Sohn MAN Roland Druckmaschinen AG • K. Marbach • Markenverband e. V. • Markenwerke AG • Mayr-Melnhof Karton AG Mayr-Melnhof Packaging Tiner • Marza Verpackungs-Systeme • Märck Selbstmeditation • Massa Düsseldorf • MHH Michael Huber München • Model-Kramp • Mokerei Alois Müller • nebenbahn.de AG • Nefab Deutschland • Nestlé Deutschland AG • Neudel Verpackungen • Novoplast Verpackungen • NürnbergMesse • Dr. Arend Oetker Holding • Offensdruckerei Caesar • Optima filling and packaging machines • Osram • Österreichische Blechwarenfabrik Pirlo • Piffaffe Verpackungswerk • Philip Morris • Procter & Gamble Service • Propack Process • Verpackungstechnik • Publicis Werbeagentur • Ratio-Pack • Reckitt Benckiser Deutschland AG • Reemtsma Cigarettenfabriken • Rexam Beverage Can Berlin • Rommelag Vertriebsgesellschaft • Ruch Novoplast Saint-Gobain Oberland AG • Sara Lee Household & Body Care • Reimund Schambeck / CDH Schmalbach-Lubeca AG • Schneider • Klein Metallwaren • Schott Relatone Group • Schubert Relatone Group • Gerhard Schubert Verpackungsmaschinen • Siegwerk Druckfarben • SIG Combibloc • SIG Holding AG • Axel Springer Verlag AG • G. Staehle • Steinbeis Packaging • STI Gustav Staber-nack • Stora Enso Deutschland • August Storck • Tassel Brand Identity • Tchibo Frisch-Röst-Kaffee • Terra Lacke • Tetra Pak • Thimm • The Highpack Company • Trossinger Kartongefabrik • Uhu • Underberg • Unilever Deutschland • VAW Aluminium AG • Verband der Wellpappenindustrie e. V. • Verband Vollpappe-Kartonagen (VVK) e. V. • Verpackung • Display Stabernack Jr Partner • Verpackungs-Kontor Seiler • verpackungswerk coloriduck W. Mack • Vossius & Partner • WebPark Business Solutions • Weidenhammer Packungen Wentus Kunststoff • Werner & Mertz • Rudolf Wild • Wilken Marketing • Wolff Walsrode AG

Verpackung als Wirtschaftsfaktor ist nicht wegzudenken aus unserem täglichen Leben. Ohne Verpackung gäbe es keine Markenartikel. Der Warenaustausch wäre so nicht möglich. Produkte könnten sich nicht über die Verpackung verkaufen. Das Image der „schönen Hüllen“ war ins Gerede gekommen. Pauschal gesehen zu Unrecht.

Die bunte Welt der Waren wird maßgeblich durch ihr Äußeres bestimmt – auf Verpackung kann auch in Zukunft nicht verzichtet werden. Und: Verpackung ist Kultur, ist Kunst – nicht erst seit Andy Warhol. Das Deutsche Verpackungs-Museum in Heidelberg leistet hier einen wichtigen Beitrag mit Öffentlichkeitsarbeit, Forschung, Veranstaltungen und Ausstellungen. Immer mehr Unternehmen erkennen den Wert dieser wichtigen Arbeit und unterstützen das Museum im Rahmen des Fördervereins. Die Mitgliederliste ist erlesen – aber ohne Ihr Unternehmen nicht komplett. Fordern Sie jetzt Unterlagen über eine Mitgliedschaft an.



Deutsches Verpackungs-Museum e.V.
Hauptstraße 22 · 69117 Heidelberg
Tel. 06 11 / 8 66 13 · Fax 06 11 / 8 41 07 65
www.verpackungsmuseum.de
info@verpackungsmuseum.de