

Gut gerüstet für die Zukunft

Der PackPrintDay am Freitag, 12. November 2021, im Würth-Haus in Rorschach (SG) war für den Schweizer Verband PackPrint Swiss ein voller Erfolg. Trotz steigender Pandemiezahlen nahmen knapp 60 Fachleute aus der Druck- und Verpackungsindustrie an diesem Anlass teil. Wissenstransfer und Networking stehen im Fokus.

Vorstandsmitglied Dieter Janout fand bei der Begrüssung die passenden Worte zur aktuellen Lage: «Auf zu neuen Ufern und nutzen wir heute die Mensch-zu-Mensch-Begegnungen.» Mit der neuen Geschäftsstelle unter Leitung der Sandona AG und dem Geschäftsführer des Verbandes, David Clavadetscher, wurde die Neuaufstellung des Verbands das erste Mal der Öffentlichkeit vorgestellt. Das Programm war reichhaltig bestückt mit Fachvorträgen.

PackPrint-Swiss-Präsidentin Elisabeth Fehr lobte in ihrem Fachreferat die ausserordentliche Leistung des Verbandes, vor allem die Arbeit der Berufsbildungskommission (BBK). Mit einer Investition von 90 000 Franken in die Neulancierung des Verpackungsdruckerberufes sieht sich der Verband nun gerüstet für die Zukunft.

Sepp Burri, verantwortlich für die BBK, hob hervor, wie sich die neuen 15 Lernenden voller Freude und Stolz mit Verpackungen auseinandersetzen. Schon in kurzer Zeit seien sie sich der Materie von Material, Maschine, Farbe bewusst und wüssten, wie sie die Wertschöpfung direkt beeinflussen könnten. Die Zusammenarbeit mit Industrie und angrenzenden Verbänden beschrieb er als sehr positiv. Der Verpackungsdrucker biete eine Ergänzung zu bestehenden Berufsbildern. Das persönliche Ziel von Sepp Burri ist es, 2022 die Lernendenzahl von 18 zu erreichen. Er forderte alle produzierenden Verpackungs- und Industriebetriebe dazu auf, hier aktiv mitzumachen.

Verpackung beginnt beim Design

Die Würth Group steht für «Wir machen's einfach». Schrauben, Befestigen sind in diesem Unternehmen mit mehr als 80 000 Mitarbeitern weltweit die Kernkompetenz. In über 40 Shops in der Schweiz und einem gross ausgebauten Liefer- und Bestellservice wird in kürzester Zeit auf die Baustellen geliefert. Die Herausforderungen einer Logistikverpackung sind nicht zu unterschätzen, was Ralf Lauer, Leiter Supply Chain und Mitglied der Geschäftsleitung, mit ei-

ner neu entwickelten Schachtel vorführt. Im Grunde steht für die Firma Würth nicht der Preis einer Verpackung im Vordergrund, sondern eher die Funktionalität sowie das Gesamtkonzept der Lieferanten.

Nachhaltig geht doch, erläuterte Peter Niedersüss, Application Marketing Manager, in seinem Referat über Wertstoffströme. Die Firma Borealis Polyolefine GmbH beschäftigt sich heute schon mit neuen Möglichkeiten des Recyclings, da das einfache mechanische Verfahren in der Zukunft nicht mehr ausreichend ist. Eindrücklich war zu sehen, wie komplex die ganze Thematik ist und CO₂ bereits als weitere Energiequelle genutzt werden kann. Gerade im Bereich der PP-Materialien sind die Stoffströme noch nicht vollumfänglich aufgesetzt. Die Zukunft wird neue Propylene auf dem Markt sehen und die Verpackung der Zukunft beginnt schon beim Designen.

7C im Verpackungsdruck erlebt derzeit eine Renaissance. Passergenauigkeit, Verwendung von Restfarben, Erweiterung der Farb Räume sind Parameter, denen dadurch noch mehr Beachtung geschenkt wird. Die Jänecke & Schneemann Druckfarbenfabrik GmbH ist hier in eine Vorreiterrolle eingestiegen und Fritjof Nieber, Technischer Vertrieb, zeigte auf, dass sich die Druckergebnisse sehen lassen. Im Markt sind schon einige Anwendungen platziert, vorrangig im Wide-Web-Bereich. Das Zusammenspiel von Druckplatte, Druckgeschwindigkeit

und Genauigkeit der Mitarbeiter ist entscheidend für die geforderte Marktqualität.

Der Kunde ist König – das ist out; der Kunde ist Partner – das ist in. Somit sollte der Einkauf in Zukunft nicht mehr der Machthabende sein, sondern es soll in der Zusammenarbeit eine Win-win-Situation entstehen. Heiko van Eckert zeigte mit den sieben Regeln des Verhandels auf, wie Empathie, Verständnis und das richtige Zuhören Verhandlungen beeinflussen können. Die Regeln sind einfach zu erlernen, indem die Verhaltensweisen und Aussagen der Kunden analysiert, ausgewertet und bewusst in die Verhandlungen eingebaut werden. Letztlich gehe es nicht nur darum, die Preise zu senken, sondern Mehrwerte für die Unternehmen zu generieren, eine «Total Cost of Ownership» zu erreichen und die Supply-Chain selbst stabiler zu machen.

Alles in allem war dies eine sehr gelungene Veranstaltung mit sehr hohem Netzwerkcharakter – eine Gelegenheit zum persönlichen Austausch, und um die Schweizer Druck- und Verpackungsindustrie vereint positiv in die Zukunft blicken zu lassen. Zudem konnte ein weiteres Mitglied mit der Amcor flexibles Rorschach in den Verband aufgenommen werden.

Der nächste PackPrintDay findet am 11.11.2022 statt. (<https://packprint.swiss/>)

*Markus Josat, Vorstandsmitglied
PackPrint Swiss*

(Bild: PackPrint Swiss)



Der PackPrintDay war eine gelungene Veranstaltung mit sehr hohem Netzwerkcharakter.