

## **„Ware verkaufen allein reicht nicht.“ Verpackungsberater Joachim Dziatzko über das Serviceangebot der Wellpappenindustrie**

Die Wellpappenindustrie bietet mehr als nur das Produkt. Die Kunden erhalten bei Bedarf eine umfassende Beratung in allen Fragen rund um Verpackung, Transport und Logistik. Joachim Dziatzko (51), seit 34 Jahren in der Wellpappenbranche, erklärt im Interview, wie die verpackende Industrie von einer kompetenten Verpackungsberatung profitieren kann.

### **Redaktion: Herr Dziatzko, welche Aufgaben hat ein Verpackungsberater eigentlich genau?**

Dziatzko: Ware verkaufen allein reicht unseren Kunden natürlich nicht. Wir ermitteln ihren Verpackungsbedarf, machen Verpackungsvorschläge und geben Anregungen zu Neuentwicklungen oder für die Optimierung bestehender Verpackungssysteme. Kurz gesagt: Wir bieten unseren Kunden kreative und kostengünstige Lösungen für ihre Verpackungsaufgaben.

### **Wo setzen Sie die Schwerpunkte Ihrer Beratung?**

Ein wichtiges Thema sind stets konstruktive Alternativen zu bestehenden Verpackungen. Wir wollen unsere Kunden dabei unterstützen, Material zu sparen, die Konfektionierung der Waren zu beschleunigen und Automatisierungsverfahren einzusetzen. Ideal ist es, wenn wir mit Kundenvertretern aus den Abteilungen Logistik, Verpackungstechnik, Marketing und Einkauf zusammen an einem Tisch sitzen. Gemeinsam können wir sämtliche Anforderungen erörtern, die durch die gesamte Lieferkette an die Transportverpackungen gestellt werden. Wir schnüren unserem Kunden dann ein zuverlässiges, kostengünstiges Gesamtpaket.

### **Welche Dienstleistungen über das Produkt hinaus bieten Sie Ihren Kunden?**

Viele Wellpappenhersteller haben mittlerweile komplexe Verpackungslösungen im Angebot, die über die Produktion von Verpackungsmaterial hinausgehen. Sie liefern ganze Verpackungssysteme, organisieren die Logistik und kümmern sich um die Lagerabwicklung. Ich will als konkretes Beispiel Co-packing anführen: Co-packing heißt, wir übernehmen für unseren Kunden die Bestückung in von uns gefertigten Displays gleich mit. Für die Markteinführung eines Toilettenpapiers haben wir

zum Beispiel sämtliche Regaldisplays und Palettenaufsteller mit Ware befüllt.

**Was kann die Wellpappenindustrie noch für ihre Kunden leisten?**

Wir übernehmen immer häufiger Logistikaufgaben, zum Beispiel Just-in-time-Lieferungen, um die Lagerkosten des Kunden gering zu halten. Wir liefern bereits aufgestellte Displays, damit der Kunde diesen Arbeitsgang spart. Ein weiterer wichtiger Bereich ist der Einkauf anderer Verpackungsmaterialien oder verpackungsrelevanter Zusatzteile, wie etwa Kunststofftragegriffe oder Leuchtelemente. Für eine maßgeschneiderte Verpackungslösung koordinieren wir eben auch den Einsatz unterschiedlicher Packstoffe.

**Was tun Sie, um Ihre Kunden laufend kompetent beraten zu können?**

Neben der fachlich-technischen Kompetenz ist natürlich auch eine genaue Marktkennntnis erforderlich. Ich beobachte den Logistik- und Verpackungsmarkt über die Fach- und Wirtschaftspresse, seit einigen Jahren informiere ich mich zusätzlich im Internet. Regelmäßige Gespräche mit unseren Kunden sowie Messebesuche sind ebenso selbstverständlich wie Store Checks bei den Kunden unserer Kunden, dem Handel. Dort prüfen wir, wie das Handling in der Praxis aussieht, welchen Anforderungen die Verpackungen genügen müssen und wo eventuell Optimierungspotenzial besteht.

**Welche Rolle spielt moderne Informationstechnologie dabei?**

Inzwischen ist die virtuelle Verpackungsentwicklung weit fortgeschritten. Durch Simulationen am Computer können wir die Testphasen verkürzen und immer mehr zeitaufwändige Bemusterungen vermeiden. In nicht allzu ferner Zukunft werden wir sicherlich virtuelle Verpackungen für Produktgehäuse entwickeln, die ebenfalls nur im Computer existieren. Ein regelmäßiges Update der aktuellen CAD-Programme ist also unverzichtbar, daher besuchen meine Kollegen und ich zahlreiche IT-Seminare.

**Welchen Nutzen kann die verpackende Industrie aus Ihrer Beratung ziehen?**

Wir helfen sparen. Ganz konkret bieten wir Beiträge zur Minimierung von Materialausschuss bei der Verpackungsproduktion, zu effizienten Packmittelsortimenten, zur optimalen Ausnutzung von Transport- und Lagerplatz, zur Vermeidung von Beschädigungen und Reklamationen sowie zu hohen Prozessgeschwindigkeiten. Den größten Nutzen erzielt der Kunde, wenn er seinen

Verpackungsberater aus der Wellpappenindustrie möglichst früh in die Planung von Produkt- und Marketingstrategien einbezieht. Denn wenn ich bei der Entwicklung der Versandeinheiten schon weiß, dass eine Zweitplatzierung vorgesehen ist, kann ich, mit kleinen Änderungen bei den Primärverpackungen, eine für beide Anforderungen passende Verpackung konstruieren. So trägt eine gute Beratung zur Kostensenkung beim Kunden bei.

\* \* \*

