



1 Packservice arbeitet bereits seit einigen Jahren beständig an der Standardisierung von Prozessen, immer mit dem Ziel, dadurch langfristig die Qualität noch weiter zu steigern und seinen Kunden attraktive Dienstleistungen anbieten zu können.



2 Integrität, Transparenz und Verantwortungsbewusstsein sind seit der Gründung von Packservice vor 35 Jahren fester Bestandteil der Unternehmenskultur. (Fotos: Packservice)



3 Höchste Priorität liegt außerdem auf der konsequenten Einhaltung der Compliance-Richtlinien.

# Pionier der Branche als „Trusted Co-Packer“

**Packservice denkt als Partner der Marken immer einen Schritt voraus**

Lohnverpacken war gestern. Die Packservice-Gruppe aus Karlsruhe ist anders. „Wir sind ‚Trusted Co-Packer‘ und gehen mit unseren Dienstleistungen deutlich über die derzeitigen Anforderungen des Marktes hinaus“, sagt Ralph Spiering, der geschäftsführende Gesellschafter des Spezialisten für Verpackungsdienstleistungen.

**B**leibt die Frage, was Trusted Co-Packing ist? Bildhaft ausgedrückt, ist es eine neue Stufe, die das Dienstleistungsunternehmen aus dem Badener Land erklimmt und die Packservice GmbH auf eine höhere Qualitätsebene hebt. Das Siegel „Trusted Co-Packer“ drückt auch aus, dass Packservice immer einen Schritt weiter als der Wettbewerb sein möchte. „Wenn es um die Einhaltung von Gesetzen geht, ist eines klar: Jeder muss sich daran halten. Aber wissen die Markenartikler immer genau, wie rechtssicher ihre Partner und Lieferanten handeln? Etwa bei der Umsetzung des Mindestlohngesetzes?“, fragt Spiering, dessen Vater das Unternehmen Packservice 1980 gegründet hat. Um die Frage gleich zu beantworten: Die Karlsruher selbst haben eine Initiative auf den Weg gebracht, die den Kunden per Siegel bestätigt, dass alle gesetzlichen Pflichten eingehalten wurden. Packservice hat sich nach Angaben ihres Geschäftsführers einer branchenweit einmaligen Prüfung unterzogen und sich durch die Stuttgarter Wirtschafts- und Steuerberatungsgesellschaft H/W/S die korrekte und gesetzeskonforme Umsetzung des seit

Januar 2015 geltenden Mindestlohngesetzes mit dem eigens dafür entwickelten Trusted-Co-Packer-Siegel bescheinigen lassen. Dabei wurden aber nicht nur die Arbeitsgrundlagen der mehr als 1.000 Mitarbeiter von Packservice geprüft, sondern auch die der Mitarbeiter von Subunternehmen des Karlsruher Co-Packers. H/W/S prüfte und bestätigte, dass Packservice mit seinen Subunternehmen Verträge und Prüfprozesse vereinbart hat, die den gesetzlichen Mindestlohn-Vorgaben entsprechen. Oliver Fischer, einer von vier Geschäftsführern bei Packservice und für Deutschland zuständig, nennt das 100-prozentige Haftungssicherheits im Sinne der Kunden.

Die steigenden Personalkosten könne Packservice nicht völlig durch Produktivitätssteigerungen bereinigen, das sei klar. „Doch wir kalkulieren unsere Preise so, dass sie für den Kunden transparent und attraktiv sind und bleiben“, berichtet Fischer von zahlreichen Projekten – auch organisatorischer Art – und der Prüfung von Investitionen in neue Maschinen. Der Deutschland-Geschäftsführer legt besonderen Wert auf die qualifizierten Mitarbeiter, denen Packservice neben



einer fairen Vergütung einen modernen und sicheren Arbeitsplatz bieten wolle.

Das alles lässt sich auch mit dem englischen Wort Compliance als Überbegriff umschreiben – dem Einhalten von Regeln. „Der Packservice-Familie sind Begriffe wie Ehrlichkeit, Pflichtbewusstsein, Zuverlässigkeit, Fairness und Loyalität wichtig“, erklären Spiering und Fischer unisono. Wer für Markenartikler arbeite, müsse Arbeitsrichtlinien einhalten, nachhaltigen Service bieten und diskret sein. Dies bedürfe eines ständigen Verbesserungs- und Entwicklungsprozesses. Das Trusted-Co-Packer-Siegel ist in diesem Sinne ein weiterer Schritt in der Packservice-Evolution hin zu einem noch engeren Partner der Marken, der durch Transparenz und Qualität besticht. Doch es sind nicht nur diese Aspekte, die Packservice zu einem besonderen Anbieter im Co-Packing-Segment machen.

### Nah an der Ware: das Campus-Konzept

Rückblick: Vor zwölf Jahren beginnt Packservice auf das sogenannte Campus-Konzept zu setzen. Ziel des Modells ist es, Verpackungsdienstleistungen direkt im Warehouse des Spediteurs oder beim Markenartikelhersteller in Nähe der Produktion zu erbringen. Das gilt inzwischen für viele Standorte in Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Packservice steuert hierbei zum Beispiel den Packmitteleinkauf, die Lagerung und das Co-Packing an zentraler Stelle. Die Vorteile des Konzepts machen es so erfolgreich: Die Wege sind kurz, Lkw-Fahrten fallen nicht an und die Kühlkette wird auch nicht unterbrochen. Das Campus-Konzept spart zudem die Kosten, die bei Ein- und Auslagerung entstehen. Es entfällt ebenfalls ein Tag Vorlaufzeit für den Transport der Ware vom Hersteller zum Verpacker und die Ware muss nicht erst noch für den Transport in das outgesourcte Lager ver-



*„Der Co-Packer von heute ist die verlängerte Werkbank seines Kunden. Und das professionell und innovativ.“*

Ralph Spiering,  
Geschäftsführer der Packservice Gruppe

packt werden. Platz und Transportkosten werden gespart. Und am Ende steht eine positive Ökobilanz. Dank Packservice wurde die CO<sub>2</sub>-Bilanz beim Co-Packing deutlich optimiert. Auf den Punkt gebracht, bedeutet das Campus-Konzept letztendlich: Die Dienstleistungen von Logistiker und Co-Packer finden unter einem Dach statt. Beide Dienstleister haben ihre Kernkompetenz und die Nachhaltigkeit im Blick. Zu den Kernkompetenzen des Co-Packers Packservice, der unabhängig vom Warehousebetreiber arbeitet, zählen die Bereiche Verpacken, Verpackungsentwicklung und -beschaffung sowie die hohe personelle Flexibilität. Und auch die Sicherheit und Nachverfolgbarkeit in der Prozesskette ist durch die Karlsruher gewährleistet. Ein Chargenrückverfolgungstool macht dies möglich.

Wie Fischer und Spiering erklären, denken die Mitarbeiter bei Packservice immer von der Produktionsseite. Das hilft letztlich dem Kunden: So werden Probleme bei der Packmittelgestaltung offengelegt und nicht selten durch die Packservice-Spezialisten beseitigt und optimiert. Mal sind es Wandstärken, mal ist es das generelle Überdenken von Verpackungsaufgaben. Rund 930.000 Displays wurden 2014 an den Standorten des Co-Packers konfektioniert, um das Produkt am Point of Sale in Szene zu setzen. Ein Mehrwegdisplay könnte in vielen Fällen eingesetzt werden und für mehr Nachhaltigkeit sorgen. Schon heute unterstützt Packservice seine Kunden partnerschaftlich mit seiner Expertise am Point of Sale mit Marktbeobachtungen und der Überprüfung der bestückten Displays im Handel, um die Qualität auf dem höchsten Niveau zu halten.

„Moderne Co-Packer sind heute auch Personaldienstleister, die mit intelligenten Arbeitszeitmodellen die saisonalen Spitzen der jeweils auftraggebenden Branchen abfedern müssen“, berichtet Spiering von der Herausforderung, über 1.000 Mitarbeiter an 30 Standorten in drei Ländern vorausschauend und den Bedürfnissen der Kunden entsprechend vorhalten und einsetzen zu können. Die Kunden benötigen flexible Dienstleister, die in der Lage sind auch bei kurzen Auftragsvorläufen professionell und bedarfsgerecht zu reagieren. Packservice wächst, die Zahlen aus 2014 belegen, dass der Co-Packer gut zu tun hat: 7,2 Mio. Sleeves, 9,7 Mio. Shrinks, 5,5 Mio. Sortimentskartons, 8,6 Mio. Warenpakete und Coffrets sowie 885.000 Flowpacks gingen durch den innovativen Maschinenpark sowie die Hände der Mitarbeiter und wurden für den Handel veredelt. In den kommenden Jahren wollen Spiering und Fischer ihr Unternehmen fit für den spezialisierten Online-Handel machen, das Dienstleistungsportfolio weiterentwickeln und in einem weiteren Land neue Standorte gründen. Die Packservice-Geschäftsführung sprüht vor Innovationsfreude und Tatendrang, um im Sinne des Kunden die Komplexität des Co-Packing zu reduzieren. Dienstleistung im wahrsten Sinne des Wortes eben.

## Für Sie entscheidend

### Die Leistungen der Packservice GmbH im Überblick

- Verpackung: Verpackungsentwicklung und Optimierung, Einkauf, Disposition, Lagerung und Bestandsmanagement von Packmitteln
- Bearbeitung und Veredelung: Sleeve, Shrink, Folieneinschweißung, Add-Ons, On-Packs, Setbildung, Anbringen von Banderolen aus Papier, Kunststoff
- Konfektionierung: Bestückung von Displays, Discountertrays, Warenpaketen, Faltschachteln, Aufstellern, Mischkartons, Sortimentskartons, Zeitschriften; Sortieren und Umverpacken, Kommissionieren, Qualitätskontrolle, Bearbeitung von Retouren und Schäden

### Das Campus-Konzept

Packservice erstellt auf Wunsch auch individuelle Supply-Chain-Konzepte und unterstützt seine Kunden bei Prozessoptimierungen und Outsourcing-Strategien. Eine dieser Lösungen ist das Campus-Konzept. Direkt im Warehouse des Spediteurs oder beim Markenartikelhersteller werden die Verpackungsaktivitäten durchgeführt. Entscheidend ist der deutliche Zeitgewinn bei diesem Konzept.

Autor:

Matthias Mahr