

# Weihnachtsmänner schwitzen nicht

Co-Packer bringen Aktions- und Saisonware termingerecht in den Handel

Seien es die weihnachtlichen Displays in der Nähe der Kassen, limitierte Geschenksets in edlen Verpackungen oder festliche Onpack-Promotions – saisonale Marketingaktionen wecken die Aufmerksamkeit der Kunden am PoS und bringen pünktlich den Abverkauf der Produkte in Schwung. Immer mehr Markenhersteller lassen die anspruchsvollen Verpackungssonderlösungen von erfahrenen Dienstleistern fertigen.

■ Obwohl draußen fast noch sommerliche Temperaturen herrschen, läuft das Weihnachtsgeschäft der mittelständischen Unternehmensgruppe Packservice bereits auf Hochtouren. An insgesamt 20 Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz stellen und bestücken die Mitarbeiter in den Produktionshallen über Co-Packing-Spezialisten winterliche Displays mit Schokoladennikolausen, Pralinen und Adventskalendern. Sektf Flaschen, die in Reih und Glied über Förderbänder laufen, erhalten zur festlichen Dekoration originelle Christbaumschmuckanhänger. Lippenbalsam und Schutzcreme werden zusammen mit Wollmützen zu winterlichen Geschenksets konfektioniert und für den Versand an den Handel aufbereitet.

## Logistische Meisterleistungen

Alle Jahre wieder sorgen die Marketingstrategen der großen Hersteller mit immer neuen Ideen für himmlische Saisongeschäfte. Damit jedoch die Aufsteller, Coffrets und Präsentsets die Kunden in den Märkten termingerecht und in bester Qualität in vorweihnachtliche Kauflaune versetzen, sei ein hoher Verpackungs- und Logistikaufwand erforderlich, betont Oliver Fischer, der das Deutschlandgeschäft von Packservice leitet:

„Packmittel müssen in großen Mengen geordert, Ressourcen optimal disponiert, Lagerhaltung und Transport effizient organisiert sein.“ Zudem erfordere Weihnachtssaisonware häufig Handarbeit, die weitaus zeintensiver ist und noch mehr Sorgfalt verlangt als die maschinelle Produktion.

Angesichts solcher hoher Anforderungen wundert es nicht, dass immer mehr Markenartikelhersteller ihre Sonderverpackungen an kompetente Dienstleistungsunternehmen outsourcen. Die Zahlen sprechen für sich: Im Jahr 2014 haben mehr als 930.000 Displays und 8,6 Mio. Warenpakete und Geschenkverpackungen, sogenannte Coffrets, die Produktionshallen des Karlsruher Co-Packing-Spezialisten verlassen. Darüber hinaus liefern maschinell verarbeitet 885.000 Flowpacks, 7,2 Mio. Sleeves und 9,7 Mio. Shrinks vom Band. „Dank moderner Maschinen und IT sind wir so flexibel, selbst kurzfristige Projekte mit großen Volumina durchführen zu können“, unterstreicht Fischer.

## Ganz nah am Kunden

Dennoch hätten manche Hersteller der Fast Moving Consumer Goods (FMCG) immer noch großen Respekt davor, ihre wertvollen Markenartikel von Dienstleistern bearbeiten

Weihnachtsmännerarmee: Damit die Schokoladensa pünktlich zur Adventszeit an der Supermarktkasse stehen, ist ein hoher Verpackungs- und Logistikaufwand erforderlich.

zu lassen, so der deutsche Geschäftsführer. Und Fischer spricht aus Erfahrung. Seit 35 Jahren arbeitet Packservice für internationale Marken, darunter nicht wenige Branchengiganten aus dem Food- und Kosmetiksektor. Er kennt deren spezifischen Bedürfnisse ebenso wie die aktuellen Entwicklungen am Markt. Erfolgreich bewährt habe sich hier das Campus-Konzept, das die Dienstleistungen des Co-Packers direkt ins Warehouse des Markenartikelherstellers oder Logistikers verlagert.

„Die Vorteile für unsere Kunden sind groß“, resümiert Fischer: „Mit unserer kundennahen Outsourcinglösung reduzieren wir Transport- und Lagerkosten und gewinnen wertvolle Zeit, damit die Produkte noch schneller ihren glanzvollen Auftritt am PoS haben. Im Markt der Fast Moving Consumer Goods mit seinen oft kurzen Produktlebenszyklen und zahlreichen Promotion-Aktionen ist dies ein nicht zu unterschätzender Fak-

tor.“ Hand in Hand und unter einem Dach mit dem Kunden kann der Co-Packer darüber hinaus sehr flexibel auf kurzfristige Änderungen reagieren. Selbst wenn ungelante Auftragsspitzen auftreten, kann Packservice nach eigenen Angaben den Markenherstellern oder Logistikern innerhalb kürzester

Zeit temporär qualifizierte Mitarbeiter überlassen. „Wir schnüren für jede Anforderung unserer Kunden das ideale Paket“, bringt es der Geschäftsführer abschließend auf den Punkt – „sei es im Co-Packing, in der Verpackungsentwicklung oder im Bereich Fulfillment.“ ■



Alles in Handarbeit: Verpackungen werden gefaltet und für den Versand an den Handel konfektioniert.

Quelle: Packservice