Neue Impulse für die Produktentwicklung

Marktgerecht, kreativ und zukunftsorientiert

Die Verpackungsdruckerei Bretschneider wurde 1919 von Wiegand Bretschneider gegründet und gehört seit 1987 zur Firmengruppe Streiff. Im Papier- und Kartondruck ist die Richard Bretschneider GmbH, Braunschweig, europaweit als Entwickler und Produzent auf die Umsetzung von Verpackungslösungen sowie hochwertige Druckveredelungen spezialisiert.

Zum 1. Januar 2013 hat Wolfram Zehnle (48) die Geschäftsführung übernommen.

Nach fast vier Jahrzehnten ist Geschäftsführer Joachim Bretschneider in den Ruhestand gegangen. Er selbst hatte im Januar 2012 seinen Nachfolger Wolfram Zehnle ins Unternehmen geholt und seitdem eng mit ihm zusammengearbeitet. „Bretschneider ist ein bekanntes Verpackungsunternehmen mit renommierten Kunden und verfügt über viel Potenzial", erklärt Wolfram Zehnle. Zusammen mit seinen Mitarbeitern will er seine langjährige Berufs- und Branchenerfahrung dazu nutzen, neue Impulse für die Produktentwicklung zu setzen und das Unternehmen marktgerecht, kreativ und zukunftsorientiert weiterzuentwickeln. Uns hat interessiert, wie das aussehen wird.

Herr Zehnle, Sie sind seit über 20 Jahren in der Druckbranche in verantwortungsvoller Position tätig und leiteten vor Ihrem jetzigen Engagement bei Bretschneider mehrere Jahre das Kunden- und Democenter des Druckmaschinenherstellers Koenig & Bauer in Radebeul. Worin sehen Sie das besondere Potenzial von Bretschneider?

Lebensmittelkonforme Produktion von Faltschachteln mit DIN ISO 22000. Ralf Jarecki aus dem Vertrieb an der Klebemaschine.

Wolfram Zehnle: Als ich im Januar 2012 als Werksleiter bei Bretschneider begonnen habe, wurde ich sehr offen und herzlich empfangen. Natürlich nicht ganz unbefangen, denn von Beginn an stand fest, dass ich Joachim Bretschneider im Januar 2013 als Geschäftsführer ablösen werde. Sehr beeindruckt war ich, wie engagiert, versiert und mit wie viel Freude hier jeder Einzelne seine Projekte betreut. Genau hier sehe ich auch eines der größten Potenziale von Bretschneider. Unsere Mitarbeiter sind neugierig, sehr gut ausgebildet und bereit, neue Wege zu beschreiten.

Ein weiterer Vorteil liegt in unserer Firmenstruktur. Wir sind Teil eines mittelständischen Familienunternehmens mit bewusst kurzen Entscheidungswegen. Wir können schnell auf spezielle Kundenanforderungen eingehen und flexibel auf Strömungen im Markt reagieren.

Was gehört zu den Kernkompetenzen?

Wolfram Zehnle: Rund 50 Prozent der Produkte, die unser Werk in Braunschweig verlassen, sind Faltschachteln und Zuschnitte in den unterschiedlichsten Größen und Konstruktionen, je nach Kundenklientel auch hochwertig veredelt. Das ergibt sich aus unserer Historie. Seit mehr als 50 Jahren entwickeln und produzieren wir diese Verpackungsart, die noch immer die bedeutendste auf dem Markt ist. In ihr steckt weit mehr, als man vermutet. Sicherheitsverschlüsse oder -schlitze, Staublaschen, Stellfüßchen – alles clevere Details, die der Konsument auf den ersten Blick kaum wahrnimmt, die aber elementare Funktionalitäten beinhalten.

Mit unseren Kunden haben wir uns stetig weiterentwickelt und unsere Produktpalette konsequent erweitert. Mit dem vorhandenen Know-how aus der Faltschachtelproduktion war es nur ein kleiner Schritt, auch stabile Mailing-Verpackungen zu konzipieren oder kleinere Thekendisplays – und in der Folge auch großformatige Waren tragende Aufsteller. Heute haben wir für all diese Bereiche, die sich peu à peu ausgebildet haben, erfahrene Kompetenzteams.

Sie verstehen sich darüber hinaus als Full-Service-Anbieter. Wo liegen die Vorteile für die Kunden?

Wolfram Zehnle: Die Maxime unseres Hauses ist, unsere Kunden „ganzheitlich" zu betreuen. Das beginnt bei einer qualifizierten Beratung. Was sich sehr banal anhört, ist die Voraussetzung für eine reibungslose Abwicklung der einzelnen Produktionsschritte und schlussendlich für eine gelungene Verpackungslösung.

Ganzheitlich bedeutet für uns, dass wir von der Kreation und Beratung über die Fertigung und Veredelung von Faltschachteln, Mailings und Displays mit den angegliederten Dienstleistungen wie Konfektionierung und Logistik ein Maximum an Produktkompetenz und Service bieten. Schon bei der Entwicklung der jeweiligen Verpackungskonzepte sprechen wir mit unseren Kunden über eine mögliche Gesamtlösung. Wir planen, besorgen fehlende Bestandteile, bündeln alles sorgsam und kümmern uns um den Versand.

Insgesamt betreiben wir derzeit drei Logistikcenter, gegliedert in unterschiedliche Schwerpunkte, mit 10.000 Stellplätzen auf 20.000 m^2. Hier lagern fertige und halb fertige Verpackungen oder Displays, mehrstufige Mailings und deren Bestandteile oder verschiedenstes Handelsgut direkt im Zugriff für die anschließenden Konfektionierungsarbeiten.

Immer mehr unserer Kunden wissen inzwischen unser Full-Service-Angebot zu schätzen und nehmen es als feste Leistung in Anspruch.

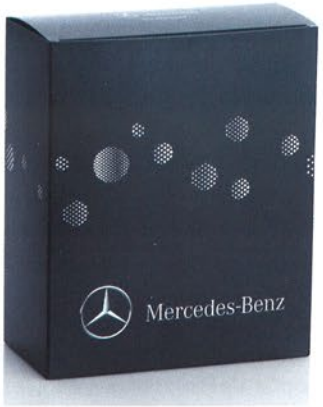
Die Richard Bretschneider GmbH ist ein modernes, vollstufiges Druckunternehmen mit den Bereichen Druckvorstufe, Druckerei, Weiterverarbeitung (Stanzen und Kleben), Konfektionierung und Logistik. 370 Mitarbeiter sorgen erfolgreich dafür, dass namhafte Unternehmen und Markenartikler ihre Produkte in kreativ erdachten und professionell gefertigten Verpackungslösungen aus Karton präsentieren.

Aus welchen Branchen kommen Ihre Kunden? Unterscheiden sich die Anforderungen? Welche Unterschiede gibt es?

Wolfram Zehnle: Unser vielfältiges Produktangebot ermöglicht es uns, ein sehr unterschiedliches Kundenspektrum anzusprechen. Die Auftraggeber kommen aus der Automobilindustrie, der Kosmetik- und Parfümindustrie, dem Lebensmittelbereich, der Pharmaindustrie, aus Verlagen – darunter namhafte Markenartikler. Natürlich hat jede Branche ihre eigenen Bedürfnisse, besondere Eigenheiten und oftmals sind es auch zahlreiche gesetzliche Auflagen, die zu beachten sind.

Im Lebensmittelbereich steht vor allem die Sicherheit einer Verpackung an erster Stelle. Um eine lebensmittelkonforme Produktion bei Bretschneider gewährleisten zu können, haben wir uns 2012 nach DIN ISO 22000 zertifizieren lassen. In diesem Zusammenhang haben wir eine Gefahrenanalyse (HACCP) erstellt, ein System für die Rückverfolgbarkeit aller eingesetzten Materialien implementiert und Präventivprogramme festgelegt.

Für Kunden aus der Automobilindustrie stehen ganz andere Kriterien im Vordergrund. Zur Einführung des neuen Golf 7 haben wir fast zwei Millionen Mailing-Verpackungen gefertigt und konfektioniert. Das Wichtigste war, die Box so stabil zu konstruieren, dass sie und der Inhalt im maßgeschneiderten Inlay den Postweg unbeschadet überstehen.



Mit eindrucksvollen Druckveredelungen gezielt Akzente setzen.

Bei Faltschachteln für die Kosmetik- und Parfümindustrie ist häufig unser Können im Bereich der Veredelung gefragt. Viele Firmen setzen in dieser Branche auf funkelnde Highlights, um sich vom Wettbewerb zu unterscheiden.

Grundsätzlich gilt aber für alle Branchen, dass die eigentliche Herausforderung einer Entwicklung darin liegt, die Lösung so zu konzipieren, dass sie den Ansprüchen gerecht wird, fertigungstechnisch optimal realisiert werden kann und zum jeweiligen Budget passt.

Gibt es Beispiele bei Premiumverpackungen oder Veredlungsmöglichkeiten, auf die Sie besonders stolz sind?

Wolfram Zehnle: Ein Auftrag mit raffinierten Veredelungstechniken ist immer spannend und meist auch eine Herausforderung an die Kollegen im Druck. Richtig interessant wird es, wenn wir unterschiedliche Kombinationen testen, um neuartige Ergebnisse zu erzielen.

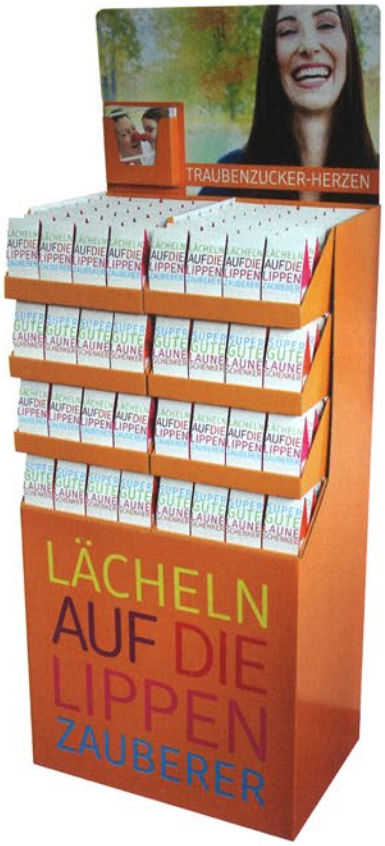
Ich persönlich bin von Verpackungen begeistert, bei denen das Gesamtkonzept stimmt. Ein gelungenes Zusammenspiel von Material, Design und Druckveredelung steht hier an erster Stelle. Unsere Veredelungen können auf einzigartige Weise die Eigenschaften eines Produktes unterstützen und Details eindrucksvoll hervorheben. Und das finde ich wichtig.

Ein hervorragendes Beispiel ist die Geschenkverpackung von Mercedes-Benz, die exklusiv von Ritzenhoff gestaltete Aperizzo-Gläser enthält. Edle Glanzeffekte wie die silbrig schimmernden Kugeln, die über einen mattschwarz veredelten Hintergrund schweben, unterstützen die schlichte Eleganz des Designs. Für haptische Effekte sorgt die Blindprägung des Markenlogos.

Welche Visionen haben Sie für die Zukunft?

Wolfram Zehnle: Wir haben viel vor. Schon heute arbeiten wir eng mit der Zulieferindustrie zusammen, testen neue Produkte oder entwickeln zusammen mit den Herstellern neue Verfahren. Zukünftig werden wir diese Kooperationen weiter intensivieren, um für unsere Kunden neuartige und innovative Ergebnisse zu erzielen.

Um uns weitere Wettbewerbsvorteile zu sichern, werden wir bereits in diesem Jahr unterschiedliche und umfangreiche Workflow-Optimierungen in der Fertigung vornehmen. Wir beschäftigen uns derzeit mit konkreten Investitionen im Bereich der Weiterverarbeitung, denn generell ist Bretschneider auf Wachstum ausgelegt.



Gelungene Gesamtkreation von Waren tragendem Display und Faltschachteln mit Automatikboden.

Creative, Future-oriented, and in Line with the Market

The packaging printing shop Bretschneider was founded 1919 by Wiegand Bretschneider and is a member of the corporate group Streiff since 1987. Within the paper and cardboard printing sector, the enterprise Richard Bretschneider GmbH, Braunschweig, is specialised in the Europe-wide development and realisation of packaging solutions and premium print finishing.

"Bretschneider is a renowned brand producer with an outstanding clientele within the packaging industry and disposes of ample potential", states Wolfrahm Zehnle, the new Managing Director who is heading the enterprise since the beginning of 2013. In cooperation with his team, he intends to generate new impulses for the product development and to further align the enterprise in line with the market on a creative and future-oriented basis. Pj