



Opas Großvater hat die Firma gegründet

Erfolgsbeispiel für den Mittelstand – der Verpackungshersteller Bischof + Klein in Lengerich

**Bischof + Klein** ist ein Familienunternehmen. Die Nachfolgerfamilien des Unternehmensgründers stellen heute, mehr als 125 Jahre nach der Gründung, die Hälfte der Aufsichtsräte. Die vierte und fünfte Generation leitet den Verpackungshersteller mit 2600 Mitarbeitern in Werken in Großbritannien, Frankreich, Polen, Saudi-Arabien, am Stammsitz in Lengerich in Nordrhein-Westfalen und im Werk Konzell in Bayern.

Einige Faktoren müssen zusammenkommen, damit die Gründung eines Wirtschaftsunternehmens gelingt. Alwin Klein, in Niederschlesien geboren und Geschäftsführer der Buchbinderei der Bethelschen Anstalten in Bielefeld, findet 1892 im westfälischen Lengerich beste Standortbedingungen, als er mit seinem Schwager Herman Bischof die „Papierwarenfabrik und Prägeanstalt Bischof & Klein“ gründet.

Zwar stieg sein Schwager und Mitgründer Hermann Bischof nach dreizehn Jahren aus, aber die Familie Klein hat danach mit ihrem Unternehmen eine Geschichte erlebt, die alles hat, was man gemeinhin so mit dem deutschen Mittelstand verbindet: Innovatio-

nen, Patente, Zukäufe von Firmen, Expansion, Dramen, Siege, Niederlagen. Vor allem: Produktwechsel und harte Schnitte. Bischof + Klein fing mit Kunstdruckern und Holzbrandmalereien an, war lange Buchdrucker, dann größter Hersteller von Papiersäcken, auch mal von Kunststofftragetaschen in Europa. Das Unternehmen produzierte eine Zeit lang Waschmaschinen und Kochtöpfe, besaß eine Champignonzucht.

**Risikobereit entschied die** Familie in den 70er-Jahren nach der Ölkrise, als Bischof + Klein jährlich 700 Millionen Kunststofftaschen herstellte, dass das kein Geschäft mit Zukunft war. Seit 35 Jahren stellt sie keine mehr her. Auch die Produktion von Papiersäcken, für die Bischof + Klein ebenfalls größter Hersteller in Europa war, gab die Familie auf. Es war ihr klargeworden, dass die Papierhersteller mit ihren vorwärtsintegrierten Verarbeitungsbetrieben die Trends und den Markt bestimmen. Das unabhängige Familienunternehmen sah Chancen eher in der Know-how-basierten Weiterentwicklung von Kunststoffprodukten.

## MEHR EMOTIONEN, BITTE!



Mittelmaß reicht nicht mehr – heute sind außergewöhnliche Produktverpackungen gefragt, die alle Sinne ansprechen. Xaver Egger, Geschäftsführer der Premiumdruckerei EGGGER Druck + Medien aus Landsberg am Lech bei München sowie von madika.de, dem Onlineshop für bedruckte Verpackungen, über die Möglichkeiten, Verpackungen emotional zu gestalten.

### Worauf sollten Designer bei der Gestaltung von Verpackungen achten?

Gutes Design in Kombination mit der richtigen Verpackung wirkt nachhaltig und ist glaubwürdig. Je individueller, desto besser ist die Sichtbarkeit im Verkaufsregal und die Kauf- und Preisbereitschaft steigt. Designer sollten versuchen, neue Wege zu gehen, um aus Standardverpackungen emotionale Erlebnisse zu machen.

### Welche Möglichkeiten gibt es, um Verpackungen emotional zu gestalten?

Verpackung muss fühl- und erlebbar sein. Um die Multisensorik einer Produktverpackung zu steigern, bieten sich Veredelungsarten wie Heißfolienprägung, Blindprägung oder ausgefallene Lackierungen an. Auch die Form bietet viel Spielraum. Von quadratischen über ellipsenförmige bis hin zu pyramidenförmigen Schachteln ist der Kreativität kaum Grenzen gesetzt.

### Welche Trends gibt es derzeit bezüglich Produktverpackungen?

Der Trend zu Nachhaltigkeit wird durch Verpackungen aus braunem Naturkarton aufgegriffen, die durch ihre besondere Haptik punkten. Aber auch Individualisierung/Personalisierung wird immer wichtiger, z.B. in Kundenmailings oder Kundengeschenken.

## NORMEN-DSCHUNDEL ERSCHWERT VERPACKEN



Einfach einpacken. Klingt machbar. Aber wenn Ware auf den Weg geschickt wird, gibt es viel zu beachten. Die Liste der Details, auf die Versender von Produkten Rücksicht nehmen müssen, ist beeindruckend: Es geht dabei um den Verschluss-Drehmoment, den Korrosionsschutz, Sterilverpackungen oder Trockenmittelbeutel und um einzelne Vorschriften für die jeweilige Verpackung. Das soll, um den Warenfluss zu vereinfachen, besser werden. Noch gibt es zum Beispiel verschiedene nationale und internationale Normen für die Simulation von Transportschwingungen. In dem Bereich wird gerade geforscht und geprüft, um die Prüfverfahren am Ende vereinheitlichen zu können und so das Verpacken zu vereinfachen.



## NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN MIT GRANULATEN

**Jeder Deutsche produziert** im Jahr ca. 46 Kg Plastikmüll. Doch nur ein Bruchteil davon wird recycelt und dem Wertstoffkreislauf wieder zugeführt. Am besten funktioniert das recyceln von Plastikpfandflaschen. Die PET-Flaschen bestehen aus dem Kunststoff Polyethylenterephthalat. Im Supermarkt werden die Flaschen schon geschreddert und gepresst. Als Ballenware geht es nach China, wo der Kunststoff gereinigt und weiterverarbeitet wird. Er wird eingeschmolzen, gesponnen und kommt als Polyester in einem T-Shirt oder einem Paar Socken wieder zurück.

**Doch nach Angaben** des Branchenverbandes Plastic Europe werden nur ganze 16 Kilo des Plastikmülls in Deutschland einer Wiederverwertung zugeführt. Der Rest wird zur Strom- oder Wärmeerzeugung genutzt, verschwindet auf den Deponien. Dabei könnten sortenreine Abfälle die gleiche Qualität wie Neuware erzielen. Das daraus hergestellte Granulat kommt wieder in den Materialkreislauf, wird zum Beispiel in der Automobilindustrie zu Stoßfänger verarbeitet. Nachhaltiges Wirtschaften das noch viel Potential nach oben hat.

ANZEIGE

www.bfsv.de





Packaging,  
Research and Testing  
since 1954

VERPACKUNGSINSTITUT HAMBURG