

» Die Papierpreise sind zu hoch «

Das Unternehmerinterview: Leif Adelt aus Bielefeld spricht mit Daniel Laufer aus Hövelhof über Trends im Bereich Verpackungen, die Sorgen der Branche und den Fachkräftemangel

Die Verpackungsindustrie ist eine wachsende Branche. Und in Zeiten, in denen die Konjunktur brummt, haben auch Wellpappe-Spezialisten gut zu tun. Doch es gibt auch Sorgen, wie der Bielefelder Unternehmer Leif Adelt im Interview mit Daniel Laufer (48), Geschäftsführer des gleichnamigen Verpackungsherstellers mit Sitz in Hövelhof, erfährt.

Daten & Fakten

Wolfgang Laufer hat die Firma am 1. Januar 1977 in Hövelhof gegründet. Das Unternehmen beschäftigt heute 156 Mitarbeiter – davon die Hälfte in Teilzeit. Zwei Produktionsstätten befinden sich in Hövelhof, eine weitere in Altenbeken-Buke. Zum Unternehmen gehört auch ein eigener Fuhrpark mit neun Lastwagen. Die meisten Kunden, die aus fast allen Branchen kommen, befinden sich in einem Umkreis von etwa 200 Kilometern. Angaben zum Umsatz macht Geschäftsführer Daniel Laufer nicht. Die Wellpappenindustrie wächst jährlich um drei bis vier Prozent – auch getrieben durch das Online-Geschäft.

Leif Adelt: Was macht die Firma Laufer genau?

Daniel Laufer: Wir entwickeln, produzieren Verpackungen vornehmlich aus Wellpappe, die kundenorientiert sind. Das heißt: Die Kundenwünsche fließen direkt in die Verpackungsentwicklung mit ein. Jeder Kunde hat individuelle Anforderungen für das Produkt und den Transport. Daraus ergeben sich die unterschiedlichsten Anforderungen und Herausforderungen an die ganz individuelle Verpackung für unsere Kunden. Wir machen also nicht nur die reine Umverpackung als Karton, sondern auch die Innenpolster und Ausstattungen zum Schutz des Kundenproduktes.

Wie hebt ihr euch von euren Marktgleitern ab?

Laufer: Wir verfügen über eine große Bandbreite der Produktionsmöglichkeiten und sind mit einem großen und unterschiedlichen Maschinenpark bestens auf fast alle Anforderungen eingestellt. Darüber hinaus verfügen wir über eine hausinterne Konfektionierungsabteilung. Unser Kunde bekommt von uns seine spezielle Verpackung genau wie er es wünscht.

Wie kann ich mir eine Verpackungsentwicklung mit dem Kunden vorstellen?

Laufer: Am liebsten ist es uns, wenn der Kunde uns sein zu verpackendes Produkt zur Verfügung stellt. Gegenüber der 3D-Darstellung am Computer, was auch möglich ist, hat das den Vorteil, dass wir etwa auch das Gewicht mit berücksichtigen können. Mit den Kunden zusammen können wir dann die optimale Verpackungslösung entwickeln – am besten hier bei uns im Haus. Wir orientieren uns einerseits an den Transportwegen, andererseits an den Stückzahlen. Je größer die Menge der gewünschten Verpackungen, desto günstiger werden die fälligen Werkzeugkosten je Verpackung. Wenn ein Kunde etwa nur 100 Verpackungen braucht, sind die Werkzeugkosten von vielleicht 300 Euro im Verhältnis zu den Verpackungspreisen zu hoch. Es ist daher auch möglich, ohne Werkzeug eine Verpackung zu erstellen. Dann können sich die Kunden anhand der erstellten Plottermuster vom Nutzen der Verpackung überzeugen. Meistens werden die Produkte unserer Kunden im Einzelversand via Paketdienst verschickt.

Angaben zum Umsatz macht Geschäftsführer Daniel Laufer nicht. Die Wellpappenindustrie wächst jährlich um drei bis vier Prozent – auch getrieben durch das Online-Geschäft.

Laufer: Der Onlinehandel ist ein großer Markt. Immer mehr Produkte werden über das Internet bestellt und einzeln versandt. Aktuell ist hier festzustellen, dass oftmals sehr viel unnötiges Volumen deutlich effektiver und effizienter verpackt werden könnte. Für uns auch ein ganz wichtiger Faktor bei der Verpackungsentwicklung. Dabei stellt gerade das Thema Paketversand die größten Anforderungen an die Verpackung.

Weil dort mitunter ruppig mit den Paketen umgegangen wird?

Laufer: Richtig. Ein Problem ist auch, wenn von der Größe eines Paketes auf das Gewicht geschlossen wird. Da kann schon mal etwas durch die Finger rutschen. Schäden sind möglich.

Wie groß ist der Anteil Systemverpackungen im Gegensatz zu eher standardisierten Verpackungslösungen?

Laufer: Die Speziallösungen machen fast die Hälfte unseres Umsatzes aus. Aber auch der normale Karton bietet häufig eine Besonderheit. Bei uns ist es so, dass fast 70 Prozent aller Aufträge im Abrufverfahren geliefert werden, denn viele Kunden haben den Platz nicht und erhalten die Verpackungen von uns just in time mit unserem eigenen Fuhrpark angeliefert. Ein Service, den viele Mitbewerber nicht anbieten.

Gibt es einen Trend zu immer kleineren Auflagen?

Laufer: Nicht generell. Wir wollen den Kunden auch nicht einschränken. Wir sagen ihm aber, ab welcher Menge es sich um eine wirtschaftliche Losgröße handelt. Was man aber festhalten kann und was ein Vorteil Deutschlands ist: Wir bekommen eine Produktivität bei einem hohen Maß an Individualisierung hin. In Asien indes ist das Verständnis dafür weniger gegeben. Die Chinesen denken gar nicht an Besonderheiten oder kleine Stückzahlen. Die denken nur in Serien, Masse und Produktionsgeschwindigkeit.

Also die Chinesen sind heute ungefähr da, wo wir vor 25 Jahren waren?

Laufer: Ja, und das unterscheidet uns schon sehr stark. Individualisierung beim Produktionsprozess bis zur Stückzahl eins. Das kenne ich aus dem Möbelbereich. Auch bei Verpackungen gehen wir in diese Richtung. Digitaldruck ist ebenso ein Riesenthema der Zukunft.

Das bringt mich zu einem anderen Stichwort, das aus eurer Jubiläumszeitung kommt. Dabei habt ihr den Begriff »Laufer 4.0.« kreiert. Ist das eure Interpretation von Industrie 4.0 oder nur das Spiel mit den 40 Jahren?

Laufer: Beides. 4.0 ist auch bei uns ein Thema. Wir prüfen derzeit, wie wir die Prozesse ohne Schnittstellen möglichst gut automatisieren können. Grund dafür ist, dass wir eine große Artikel-Bandbreite haben. Aber auch die Digitalisierung zu den Kunden spielt eine Rolle – etwa die automatische Übertragung von Lieferscheinen. Das ist aber für jeden Kunden eine Sonderlösung und keineswegs so leicht zu realisieren wie es sich anhört.

Was ist momentan die größte Herausforderung in der Branche?

Laufer: Die Rohstoffkosten. Die Papierpreise sind zuletzt stark gestiegen. Es gibt bei Frischfaserpapieren zum Teil sogar eine Verknappung. Das hat es noch nie gegeben, dass Frischfaserpapiere nicht in ausreichender Menge verfügbar sind. Es gibt auch wenig neue



Lebhaftes Gespräch: Der Unternehmer Daniel Laufer (links) stellt sich den Fragen des Unternehmers Leif Adelt.

Fotos: Besim Mazhiqi

Kapazitäten, weil die Zellstoff-Fabriken viel Wald und Fläche brauchen und es aufwendig ist, umweltgerecht neutral zu produzieren. Daher verlagert sich das Geschäft derzeit zu Recycling-Papieren. Dennoch: Man wird aber immer ein wenig Frischfaser-Papier zuzufügen müssen...

...sonst werden die Fasern zu kurz und die Haltbarkeit leidet.

Laufer: Ganz genau. Die modernen Papiermaschinen, die Recycling-Papier herstellen, sind heute aber auch viel faser-schonender als früher. Damit lässt sich Papier viel häufiger recyceln. Eine eindeutige Statistik gibt es dazu aber nicht. Schließlich kann man der Faser ja nicht hinterherschimmen. Früher ging man davon aus, dass das Papier bis zu sieben Mal recycelt

wurde. Heute liegen wir deutlich höher.

Wie wirkt sich das aus. Durch Preiserhöhungen?

Laufer: Richtig. In den vergangenen 14 Monaten sind die Preise um Bereich Frischfaserpapiere um etwa 30 Prozent gestiegen. Das hat klare Auswirkungen auf die Verpackungspreise. Im Schnitt geht man davon aus, dass die Hälfte der Gesamtkosten einer Verpackung Papierkosten sind. Das heißt: Im Schnitt müssten die Verpackungspreise jetzt um 15 Prozent steigen, damit wir kostenneutral produzieren können. Das müssen wir den erst einmal Kunden vermitteln.

Wirken sich die höheren Kosten durch die gestiegenen Rohstoffpreise auch auf eure Kalkulation aus,

obwohl die Auftragsbücher doch gut gefüllt sind.

Laufer: Absolut. Die Rohstoffkosten zwingen uns einerseits dazu, die höheren Kosten weiterzugeben. Die Vollbeschäftigung hat andererseits zur Folge, dass wir die Löhne erhöhen müssen, um nicht Mitarbeiter zu verlieren. Die Region ist wirtschaftlich stark. Gott sei Dank ist uns das bisher gut gelungen. Wir haben wenig Fluktuation. Denn eines darf uns und unseren Kunden nicht passieren, dass wir durch Einsparungen an der falschen Stelle wichtiges Know how verlieren. Unsere Mitarbeiter und jeder einzelne macht den Erfolg des Unternehmens aus.

Wirken sich die höheren Kosten durch die gestiegenen Rohstoffpreise auch auf eure Kalkulation aus,

Laufer: Absolut. Die Rohstoffkosten zwingen uns einerseits dazu, die höheren Kosten weiterzugeben. Die Vollbeschäftigung hat andererseits zur Folge, dass wir die Löhne erhöhen müssen, um nicht Mitarbeiter zu verlieren. Die Region ist wirtschaftlich stark. Gott sei Dank ist uns das bisher gut gelungen. Wir haben wenig Fluktuation. Denn eines darf uns und unseren Kunden nicht passieren, dass wir durch Einsparungen an der falschen Stelle wichtiges Know how verlieren. Unsere Mitarbeiter und jeder einzelne macht den Erfolg des Unternehmens aus.

Das heißt: Der Wirtschaftsboom ist Segen und Fluch zugleich?

Laufer: So ist es. Momentan ist die Wirtschaft überhitzt. Die Papierpreise sind zu hoch. Zudem verändert sich der Markt: Wir haben in der Wellpappenindustrie viele Jahre lang einen reinen Käufermarkt gehabt. Dieser hat sich innerhalb von 14 Monaten zum Teil in einen Ver-

käufermarkt gewandelt. Wenn Einkäufer früher immer noch einen günstigeren Anbieter für Verpackungen gesucht haben, ist es jetzt wichtiger, die Versorgungssicherheit zu gewährleisten.

Das kann sich auch wieder ändern.

Laufer: Nur weiß niemand, wie lange es noch so weitergeht. Wenn sich etwa an US-Präsident Donald Trump mit seinen Strafzöllen denke, muss man sich fragen, welchen Einfluss das auf uns als starke Exportnation hat. Die Verpackungsbranche merkt es

Ist der viel zitierte Fachkräftemangel bei Euch auch ein Thema?

Laufer: Ja, es gibt wenig ausgebildete Verpackungstechnologen. Das heißt: Wir bilden selber aus oder wir suchen Leute mit einer anderen Ausbildung, die

wir schulen und als Maschinenführer fit machen können. Aber auch die zu bekommen, ist ein Problem. Daher haben wir uns gemeinsam mit weiteren neun Unternehmen am Bang-Startercenter in Delbrück-Ostenland beteiligt. Dort werden Jugendliche, die bisher wenig Chancen hatten einen Ausbildungsplatz zu bekommen, zunächst einmal für eine Ausbildung fit gemacht. Dabei durchlaufen sie ein spezielles Programm.

Also so eine Art Ausbildungsgrundjahr als Vorbereitung auf die Ausbildung.

Laufer: Genau. Alle Unternehmen beschwerten sich, dass es keine Auszubildenden gebe. Wir sagen: Dann müssen wir eine Stufe vorher ansetzen. Mit zu weinen, ist keine Lösung. Und ich liebe Lösungen. Wie meinen Beruf. Unser Berufsbild Verpackungstechnologe ist kaum bekannt. Wir können im Bang oder selber Veranstaltungen oder Weiterbildungskurse anbieten – auch für unsere Mitarbeiter.

Eine allgemeine Ausbildungswerkstatt also.

Laufer: Richtig. Die Ausbildung, die die Jugendlichen machen, ist spielerisch. Sie lernen, ein ferngesteuertes Auto zu bauen. In der Holzwerkstatt für die Räder, in der Metallwerkstatt

für die Achsen, in der Elektrowerkstatt für die Steuerung. Dabei lernen sie nicht nur die Sprache nebenbei, sondern ebenso Mathematik, Physik und Naturwissenschaften. Nach den drei Monaten, die der Block dauert, sind sie weitergebildet – und das ohne den schulischen Charakter. Denn Frontalunterricht ist für viele Teilnehmer nicht hilfreich.

Du führst das Unternehmen jetzt in zweiter Generation. Wie verlief der Übergang von deinem Vater auf dich?

Laufer: Es hat sehr gut funktioniert. Mein Vater hat sich

langsam zurückgezogen, hat sich in die Mittelstandspolitik verabschiedet und mich sehr früh allein entscheiden und walten lassen.

Zeichnet sich schon ab, dass Laufer auch in Zukunft ein Familienunternehmen bleibt?

Laufer: Unsere Kinder sind mit 14 und 17 noch ein bisschen jung, um das jetzt schon sagen zu können. Aber mein Sohn hat auf jeden Fall Interesse und meine Tochter, die nächstes Jahr Abitur macht, findet Wirtschaftsthemen auch ganz spannend.

Individualisierung spielt hierzulande auch bei Verpackungen eine immer größere Rolle, sagt Firmenchef Daniel Laufer.



Bisherige Interviews

Der Serienauftakt (Ausgabe Nr. 3): André Mieltz (Werbeagentur Artgerecht) interviewt Jürgen Eckeberg (Videograph).

Ausgabe Nr. 4: Jürgen Eckeberg (Videograph) interviewt Armin Halfar (Halfar Systems).

Ausgabe Nr. 5: Armin Halfar (Halfar Systems) interviewt Norma Bopp-Strecker (Hochbau Detert).

Ausgabe Nr. 6: Norma Bopp-Strecker (Hochbau Detert) interviewt Jessica Brummernhenrich (Firma Brummernhenrich).

Ausgabe Nr. 7: Jessica Brummernhenrich interviewt Kai Fastabend (Elektro Fastabend, Bielefeld).

Ausgabe Nr. 8: Kai Fastabend (Elektro Fastabend) interviewt Nils Kortemeier (Landschaftsarchitekten Kortemeier und Brokmann, Herford).

Ausgabe Nr. 9: Nils Kortemeier (Landschaftsarchitekt) interviewt Maximilian Braune (Firma Carl Henkel, Bielefeld).

Ausgabe Nr. 10: Maximilian Braune (Firma Carl Henkel) interviewt Dorothee Kipp (Geschäftsführerin Feinkost Le Picant, Hövelhof).

Ausgabe Nr. 11: Dorothee Kipp (Feinkost Le Picant) interviewt Bianca Kläß (Geschäftsführerin Contaclip).

Ausgabe Nr. 12: Binca Kläß interviewt Leif Adelt, Chef von IP Adelt (u.a. Ringbücher, Ordner, Register und Angebotsmappen).

Die Interviews begleitet Edgar Fels.



Daniel Laufer zeigt, wie Produkte mit Wellpappe geschützt werden. Hintergrund: Paletten aus Wellpappe.