

Schlauer stapeln

Warum Klingele jetzt auf einen Funk-Chip an jeder Palette setzt

Remshalden. Der Palettenschein, den Habte Asghidom aus dem Drucker nimmt, sieht ganz normal aus – bedrucktes Papier eben, oder? Dann aber dreht der Produktionsmitarbeiter im Klingele-Stammwerk Remshalden den Zettel um: Auf der Rückseite zeigt sich ein langer dünner Aufkleber. Und in dem steckt, wie sich nach kurzem Knibbeln herausstellt, Hightech – ein RFID-Transponder.

Dieses verborgene Innenleben macht die Klingele-Palettenscheine zu den offenbar modernsten in der Wellpappenbranche. Denn jeder einzelne Transponder speichert ganz spezielle Informationen, die per Funk ausgelesen werden können.

Weniger Fehler

Minuten später zeigt sich, was das für die Praxis in der Lagerhalle bedeutet: Asghidom steckt den Schein an einen Stapel fertiger Verpackungen, setzt die Palettierpresse in Gang – nun steckt der Transponder-Zettel an der Ware fest. Dann nimmt Stapelfahrer Kunibert Löffler die Palette auf die Gabel. Sofort ist auf dem Bildschirm am Gabelstapler zu sehen, was Löffler transportiert und wohin er es bringen soll.

Der Transponder gibt sozusagen jeder Palette einen Namen, den er per Funk verrät. Die dafür nötige Energie wird von den Antennen am Gabelstapler geliefert!

Das klappert sogar, wenn der Stapelfahrer den Schein gar nicht sehen kann. Und das ist ja oft der Fall, wenn Löffler mit drei Paletten gleichzeitig durch die Halle kurvt.

Es wird also schlauer gestapelt – und damit kostengünstiger, so Uwe Pfeifer. Er leitet



die Logistik am Standort Remshalden (nahe Stuttgart), wo 220 der rund 1000 deutschen Klingele-Mitarbeiter beschäftigt sind.

Palette auf dem falschen Laster? Das war gestern: „Klassische Fehlverladungen haben wir nicht mehr“, freut sich Pfeifer, „es sind viel weniger Such-Aktionen nötig.“

Und wenn Ware auf dem Lkw landet, wird sie automatisch ausgebaut. „Wir bewegen mit dem gleichen Personal



Hightech-Zettel: Jeder Palettenschein birgt auf der Rückseite einen RFID-Transponder – hier in Originalgröße abgebildet. *Fotos: Eppler (6)*



Firmenchef Jan Klingele: „Wir investieren alles in allem etwa eine halbe Million Euro.“

25 Prozent mehr Paletten pro Tag“, betont Pfeifer. „Wir wissen eben jetzt jederzeit, wo jede Palette steht“, bringt es Firmenchef Jan Klingele auf den Punkt. Vor zwei Jahren hat er das vom Aache-

ner Dienstleister Stonegarden konzipierte System zunächst am Standort Werne eingeführt. „Bis zum Sommer soll es in unseren vier deutschen Wellpappenwerken laufen.“ Etwa eine halbe Million Euro werde das Unternehmen dafür alles in allem investieren.

Info: RFID – was ist denn das?

Das Kürzel RFID steht für „Radiofrequenz-Identifikation“, also die berührungslose Erkennung einer Sache per Funk. Benötigt werden dafür ein Lesegerät und eindeutig identifizierbare Datenträger, sogenannte Transponder.

Die im Prinzip schon seit Jahrzehnten bekannte Technik wird jetzt in immer mehr Wirtschaftsbereichen genutzt – schon, weil die oft auch „RFID-Chips“ genannten Transponder immer billiger werden. www.info-rfid.de

Steigender Nutzen

Die laufenden Kosten sind gering: Ein Transponder ist für 20 Cent zu haben, wie IT-Leiter Oliver Schießl erklärt. Und der Nutzen wird noch zu nehmen – zum Beispiel, wenn Kunden an das System ange-



Stolz auf das neue System: IT-Leiter Oliver Schießl (links) und sein Vertreter Oliver Roggenkamp.



Moderne Arbeitsplätze:

Habte Asghidom holt einen Palettenschein mit RFID-Transponder aus dem Drucker – kurz darauf kann Kunibert Löffler die gespeicherte Information vom Bildschirm am Gabelstapler ablesen.



bunden werden, die dann ihren Wareneingang automatisch erfassen können.

Auch in der Klingele-Papierfabrik im ostfriesischen Weener funkt es: Jede Papierrolle birgt einen Transponder im Rollenkern und ist damit eindeutig identifizierbar. Beson-

ders praktisch, wenn eine Rolle während der Produktion mehrmals verwendet wird. „Man weiß sofort, wie viel Papier noch auf der Rolle ist“, sagt Schießl. „Und der Weg jeder Rolle kann über die ganze Lieferkette zurückverfolgt werden.“ **THOMAS HOFINGER**

Aufschwung treibt den Umsatz

Wellpappenbranche legte 2010 deutlich zu – warnt aber vor steigenden Rohstoff-Kosten



Am Altpapier-Container: Was für den einen Abfall ist, ist für den anderen begehrter Rohstoff. *Foto: Sanders*

Frankfurt. „Der Aufschwung baut auf Wellpappe.“ So erklärt Jan Klingele, Vorsitzender des Verbandes der Wellpappen-Industrie (VDW), die wirtschaftliche Entwicklung der Branche im Vorjahr. Mit einem Umsatz-Plus von 7 Prozent ist der Industriezweig fast doppelt so stark gewachsen wie unsere Wirtschaft insgesamt. „Mit der wirtschaftlichen Belebung steigt eben der Bedarf an leistungsfähigen und schnell verfügbaren Packmitteln rapide“, so Klingele nun bei der VDW-Jahrespressekonferenz. 7,1 Milliarden Quadratmeter Wellpappe sind im vergan-

genen Jahr produziert worden, rund 460 Millionen Quadratmeter mehr als 2009. Damit könnte man die Ferieninsel Mallorca zweimal nahezu komplett abdecken oder ein ein Meter breites Band aus Wellpappe von Deutschland bis nach China legen ...

Altpapier ist knapp und teuer

Trotz der guten Entwicklung liegt der Umsatz noch deutlich unter dem Ergebnis des Vorkrisenjahres 2008.

Zudem machen der Branche die steigenden Preise für Energie und für Rohstoffe Sorge. Altpapier, wichtiges Ausgangs-

material für die Papierhersteller, ist knapp – und teuer.

Auch Importe aus Asien werden ja für den Transport gut verpackt, auch in China stehen Papierfabriken, die Altpapier brauchen. Ehe also Frachtschiffe ohne Ladung nach Fernost zurückfahren, transportieren sie lieber Altpapier – zu extrem günstigen Frachtpreisen. „So entsteht hier ein entsprechender Preisdruck, dem wir schlecht ausweichen können“, erklärt der VDW-Geschäftsführer Oliver Wolfrum.

„Die Rohstoff-Kosten fressen das Umsatzwachstum“, warnt Klingele. Für Wellpapp-

renrohstoffe müssen die Wellpappenhersteller rund 60 Prozent mehr ausgeben als Ende 2009! Auch die als Leim benötigte Stärke ist deutlich teurer geworden. Also selbst die Preise erhöhen? Das geht „aufgrund der vertraglichen Vereinbarungen mit den Kunden oft nur mit erheblichen zeitlichen Verzögerungen“, weiß Klingele.

Die Beschäftigtenzahl ist mit rund 15 300 Mitarbeitern nahezu konstant geblieben: Das Krisenjahr 2009 wurde ohne Abbau von Arbeitsplätzen gemeistert und 2010 schufen die Betriebe immerhin rund 70 neue Stellen. **MBM**