



Produktion

Richtig viel Platz!

Außenansicht: Das Werk entstand auf dem Gelände eines ehemaligen US-Fliegerhorsts.

FOTO: WERK

Mit diesem Werk will DS Smith Marktführer für Displays in Deutschland werden – und leistet sich dafür sogar einen Test-Supermarkt

Erlensee. Der Zeitplan ist sehr dicht getaktet: Alle acht Minuten betritt wieder eine neugierige Besuchergruppe das Innere des neuen Display- und Consumer-Packaging-Werks von DS Smith im hessischen Erlensee. Der weitläufige Neubau löst das alte Werk im nahen Hanau ab – nun soll noch deutlich mehr produziert werden: Displays und Konsumgüterverpackungen.

Riesige Flächen für Produktion und Logistik

Was die rund 400 Gäste am Eröffnungstag Mitte November auf gut 45.000 Quadratmeter Produktions- und Logistikfläche zu sehen bekommen, ist nicht weniger als „der größte und effizienteste Display- und Consumer-Packaging-Standort in ganz Europa“, wie Per Vinge Frederiksen sagt.

Der für Deutschland und die Schweiz zuständige Managing Director

rektor macht in seiner Rede schnell klar: „Damit wollen wir in Deutschland die Nummer eins im Bereich Display werden.“

Klare Ansage also: Der Wettbewerb wird härter. Dafür hat der Konzern rund 50 Millionen Euro investiert. „Unsere Kunden in ganz Europa haben uns gesagt, dass sie gemeinsam mit uns wachsen möchten – Erlensee ist die Antwort darauf“, so Frederiksen.

Insgesamt betreibt der britische Verpackungsgigant allein in Deutschland und der Schweiz 22 Standorte, in denen rund 2.600 Menschen arbeiten. Sie stellen Displays und Verpackungen her, etwa für Lebensmittel- und Konsumgüterfirmen sowie für die Industrie.

Zu den Kunden gehören prominente Namen wie etwa Unilever, Nestlé oder der

60 Kilometer Kabel sind hier verlegt worden

Kaffeeanbieter Lavazza. „Wir sorgen nicht nur für die richtige Verpackung: Uns geht es auch darum, die Produkte unserer Kunden am Verkaufsort in Szene zu setzen“, sagt Werkleiter Markus-Oliver Kramm. Dafür sei eine so schnelle wie effiziente Produktion ein wesentlicher Erfolgsfaktor – aber nicht der einzige.

Was er damit meint, wird kurz darauf im Herzen des neuen Werks deutlich: Auf ihrem Rundgang stehen die Besucher plötzlich in einem komplett eingerichteten Supermarkt!

Hier ist Ware in Verpackungen und Displays positioniert wie in einem ganz normalen Geschäft. „Wir schaffen hier eine realistische Handelsatmosphäre“, erklärt Martin Greb, Leiter des „Impact Centres“, zu dem der Modellmarkt gehört. So hoffen die gut ein Dutzend Entwickler am Standort, gemeinsam mit ihren Kunden herauszufinden, was den Endverbraucher besser zum Zugreifen bringt.

Abläufe sind effizienter als im alten Werk

Denn etwa zwei Drittel der Kaufentscheidungen würden erst direkt am Regal getroffen, heißt es – und oft sei es eben die Verpackung, die den letzten Impuls gibt. Neue Verpackungsentwürfe können im Regal getestet werden, die Prototypen dafür entstehen in Handarbeit.



Eröffnung: Beim symbolischen Knopfdruck waren auch die Bürgermeister der beiden beteiligten Städte dabei.

Rundgang: An zehn Stationen erklären Mitarbeiter den rund 400 Gästen die Produktionsprozesse.



FOTOS: SCHEFFLER (4)

In der Serienproduktion sind dann Schnelligkeit und Effizienz wichtig – und hier gibt es viel Platz für weiteres Wachstum. Das Werk, gebaut auf dem Gelände eines ehemaligen US-Fliegerhorsts, ist riesig. 3.000 Tonnen Stahl und 20.000 Kubikmeter Beton wurden verbaut, 60 Kilometer Kabel verlegt. Am Er-

„Unsere Kunden in Europa wollen gemeinsam mit uns wachsen“

Per Vinge Frederiksen, Managing Director

öffnungstag wirkt der Bau auf manchen Gast überdimensioniert. Aus gutem Grund: „Wir haben so geplant, dass wir auch in einigen Jahren noch ohne Platzprobleme wachsen können“, sagt Werkleiter Kramm.

Anfang 2017 kommt zu den zwei großformatigen Offset-Druckmaschinen noch eine dritte Anlage hinzu. Dann können hier pro Woche 1,5 Millionen Druckbögen erstellt werden. Effizienter als im alten Werk ist jetzt zum Beispiel auch die Arbeit an der Kaschiermaschine: Hier kann nun Doppelwelle in einem Arbeitsgang erstellt werden. „Das bringt uns große Kapazitätsvorteile“, betont Kramm. Täglich schafft die Abteilung einen Ausstoß von rund 180.000 Quadratmeter Wellpappe. Der Produkti-

onslauf hält sich strikt an eine vorgegebene Reihenfolge. Zwischen den einzelnen Schritten sind Zwischenlager positioniert, um die nächste Station ohne lange Wege laufend mit Material bestücken zu können. Das spart Zeit.

Mitarbeiterin Lissa-Maria Kwol etwa muss jetzt nicht mehr lange Wege nehmen, um Nachschub für die Klebmaschine zu holen. Gerade zeigt die junge Packmitteltechnologin den Gästen, wie aus ausgestanzten Wellpappebögen Verpackungen geklebt werden.

„Das ist die erste aufgebauete Klebmaschine“, sagt die 24-Jährige und deutet auf eine freie Fläche: „Da ist noch Platz für sechs weitere Anlagen.“

Kwol gehört übrigens zu den Neuzugängen unter den 250 Beschäftigten, sie ist erst seit Juni dabei. Die Mannschaft von DS Smith ist komplett mit in den Neubau umgezogen, der nur zehn Kilometer vom alten Werk in Hanau entfernt ist. „Ohne das Engagement unserer Mitarbeiter hätte der Umzug nicht so reibungslos funktioniert“, lobt Werkleiter Kramm.

Der alte Standort war für die Wachstumspläne des Unternehmens einfach zu klein geworden. Wächst das neue Werk wie geplant, soll die Zahl der Mitarbeiter noch kräftig steigen.

ANJA VAN MARWICK-EBNER

Was Mitarbeiter sagen



„Hier sind die Arbeitswege kürzer als im alten Werk. Wenn alle Klebmaschinen da sind, würde ich gerne mehr Verantwortung übernehmen.“

Lissa-Marie Kwol, Packmitteltechnologin aus Heusenstamm



„Während des Umzugs habe ich die neuen Anlagen kennengelernt und mit aufgebaut. In Zukunft würde ich gerne an der Kaschieranlage arbeiten.“

Thorsten Knittel, Maschinenführer aus Gelnhausen