



Endabnahme: Daniel Ambrozik begutachtet fertige Deckel, ehe sie in den Versand kommen.



Marco Znottka: „Ausgangspunkt jedes Schuhkartons ist ein aufwendig gestalteter Druckbogen.“



Praktische Box: Viele Kunden wollen beim Schuhkauf ausdrücklich auch den Karton mit nach Hause nehmen.

**Pappe**

# Mehr als nur ein Schuhkarton

## Dörr in Pirmasens hat Kunden in aller Welt

**Pirmasens.** Die roten Pumps – oder die schwarzen? Während die Kundin noch überlegt, stapeln sich bereits Kartons samt Schuhen, die eine Verkäuferin zum Anprobieren gebracht hat. Fast 1,2 Milliarden Euro Umsatz haben die deutschen Schuhhersteller im ersten Halbjahr 2013 erzielt. Und ohne Kartons geht in diesem Geschäft gar nichts. Rund 2000 Tonnen Vollpappe im Jahr verarbeitet allein die Firma Dörr Kartonagen in Pirmasens – vor allem zu Schuhkartons!

Das Familienunternehmen, das in diesem Jahr seinen 100. Geburtstag feiert, hat Kunden in der ganzen Welt – und natürlich auch in der

Nachbarschaft: Es beliefert etwa die Pirmasenser Schuhhersteller Carl Semler sowie Kennel & Schmenger. Und Peter Kaiser, den mit 175 Jahren ältesten Schuhhersteller Deutschlands. In dessen Fabrikverkauf hat sich die Kundin gerade für die roten Pumps entschieden. Mit oder ohne Karton? „Mit!“, sagt sie an der Kasse. Schicke Schuhkartons sind eben begehrt, auch für andere Aufbewahrungsobjekte.

### Mehrere Millionen Stück pro Jahr

„Neben Peter Kaiser sind wir fast ein Jungspund“, scherzt Dörr-Geschäftsführer Sascha Krehling.



FOTOS: SCHEFFLER (4)



Alles ist möglich: Sascha Krehling zeigt ausgefallene Kartons.

Das Traditionshaus Kaiser bezieht seine Kartons ausschließlich von Dörr. Der Verpackungsspezialist beschäftigt knapp 20 Mitarbeiter und erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 3 Millionen Euro. Hauptrohstoff ist Vollpappe mit Öko-Siegel. „Wir produzieren pro Jahr mehrere Millionen Schuhkartons“, erklärt der Geschäftsführer und lacht: „Und ich frage mich manchmal selbst, wer das alles kauft!“

Aber auch Faltschachteln, Stülpedeckelkartons, Stanzzuschnitte, Druckbogen und Sonderkonstruktionen aller Art werden in diesem

rheinland-pfälzischen Betrieb entwickelt und produziert – stets mithilfe von Strom aus erneuerbaren Energien. „Letztlich machen wir alles, was man aus Vollkarton nur herstellen kann“, beschreibt Krehling, „bis hin zum Thekendisplay.“

### Soft-Touch-Lack und Glitzer als Hingucker

Der Trend geht zu immer höherwertigen Kartons. Soft-Touchlack verleiht ihnen ein samtiges Erscheinungsbild, und besonders exklusive Stücke werden auch innen bedruckt oder dürfen glitzern.

„Je höherwertiger die Verpackung, umso eher wird der Schuh gekauft“, so Krehling, „zudem ist ein guter Karton der beste Platz zur Aufbewahrung von Schuhen, solange sie nicht getragen werden.“

Aber natürlich werden solche Schachteln gern zweckentfremdet. Millionenfach beherbergen sie zum Beispiel Fotos, Stifte, Krimskrams. Auch Drucker Marco Znottka ist ein Fan der vielseitig einsetzbaren Kartons: „Sie sind schön, stabil und praktisch“, schwärmt der Mitarbeiter, „weil ich alles, was nicht lose herumliegen soll, darin aufbewahren kann.“ MAJA BECKER-MOHR

## „Der Kampf um die guten Köpfe hat begonnen“

### Online-Portal soll Nachwuchs werben

**Berlin.** Die Situation auf dem Ausbildungsmarkt hat sich verschärft: Den Firmen gehen die Bewerber aus. „Der Kampf um die guten Köpfe hat begonnen und wird sich in den nächsten Jahren weiter zuspitzen“, sagt Stefan Rössing vom Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV). „Dieser Entwicklung stellen wir uns mit einer Runderneuerung unserer Ausbildungshomepage.“

### Moderne Optik, authentische Filme

Seit Jahresanfang erscheint [karriere-papier-verpackung.de](http://karriere-papier-verpackung.de) im modernen Design und mit neuen Inhalten. Beteiligt wa-

ren neben dem HPV und vier Landesverbänden Vertreter der Firmen Bischof + Klein, DS Smith Packaging und Paul & Co. sowie die Agentur „die wegmeister“.

Das Portal ist ein wichtiger Baustein im Ausbildungsmarketing der Branche: „Die moderne Webseite soll auf die Verpackungsbranche Lust machen und Jugendliche für unsere Berufe mit hervorragenden Zukunftsperspektiven begeistern“, so Johanna Schilling, Referentin der bayerischen Papierverbände, die das Projekt für den HPV geleitet hat.

Die Homepage zeigt zum Beispiel die Vielfalt der Verpackungsprodukte im tägli-

chen Leben – und dass eine faszinierende Hightech-Industrie dahintersteckt. Sie zeigt auch, wie das Arbeitsleben aussieht. In kurzen Filmen erklären Azubis die verschiedenen Berufsfelder und

geben dem Zuschauer Einblicke in ihren Alltag.

Einer von ihnen: Marvin Meyer. Er lernt bei DS Smith Packaging in Fulda den Beruf des Packmitteltechnologen. „Abwechslungsreich

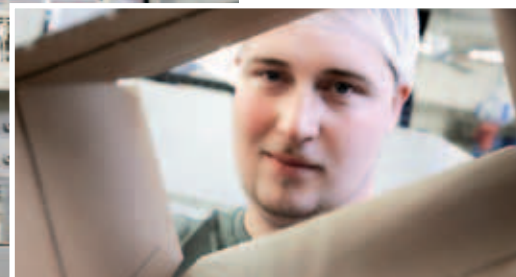
und nie monoton“, freut er sich. Souverän bedient er eine Maschine, die zwischen 2000 und 3000 Verpackungen pro Stunde herstellt. „Jede Schachtel, die da am Ende rauskommt, ist wirk-

lich meine“, sagt der 20-Jährige stolz.

Zwei Freunde hat er bereits für die Branche gewinnen können: Sie wollen jetzt Medientechnologie Druck werden. MBM



FOTOS: HPV (2)



Ein junges Gesicht der Branche: DS-Smith-Azubi Marvin Meyer zeigt seinen Berufsalltag im Netz.