



Anwendungsbeispiele von Brainypack aus dem Food- und Nonfood-Bereich.

Kompetenzen verteilen

Gemeinsam mit seinen B2B-Kunden will Dow Europe in ihrem Pack-Studio innovative Lösungen für bessere Kunststoffverpackungen entwickeln, um diese schneller zur Marktreife zu bringen. Ein Ergebnis ist das flexible Verpackungskonzept PacXpert, das als erstem Lizenznehmer O. Kleiner zugesprochen wurde. Steffi Kuper fragte Fabrice Digonnet, New Business Development Leader for Packaging & Specialty Plastics bei Dow und Martin Kleiner, Geschäftsführer von O. Kleiner, welche Pläne sie mit diesem Verpackungsprodukt verfolgen.

Der Lizenzansatz macht deutlich, dass Sie nicht nur als Materiallieferant auftreten wollen, sondern selber konstruktive, komplette Verpackungslösungen anbieten. Warum?

FABRICE DIGONNET: Wir glauben, dass wir mit unseren Pack-Studio-Fähigkeiten in der Lage sind, die gesamte Wertschöpfungskette zu ermöglichen, welche Markeninhaber und Händler umfassen, um die Innovationsrate zu beschleunigen. Wir tun dies, indem wir alle Beteiligten zusammen bringen und gemeinsam an einem Ziel arbeiten: Kreieren von intelligenten und kostengünstigen Lösungen für Verpackungen. Dies ist leicht gesagt, jedoch nicht immer einfach zu realisieren. Allerdings sind wir immer bereit, den Erfolg von PacXpert mit neuen Konzepten in kurzer Zeit zu wiederholen. Zur gleichen Zeit wollen wir uns nicht als Verpackungslieferant positionieren, denn unsere Kunden sind diejenigen,

welche die Technologie letztlich fertigen – wir bieten ihnen nur die Lizenz.

Suchen Sie weitere Lizenznehmer für dieses Produkt?

FABRICE DIGONNET: Ja, und dies ist im Gange. Aber nur eine begrenzte Anzahl von Unternehmen wurde aufgrund ihrer Fähigkeiten ausgewählt, um diese Technik herzustellen. In diesem Jahr sollten wir drei neue Lizenznehmer in den aufstrebenden Märkten in Osteuropa, dem Nahen Osten und Afrika erhalten.

Warum haben Sie sich für die Lizenznahme von PacXpert, das Sie unter Brainypack anbieten, entschieden?

MARTIN KLEINER: Es hat uns vom Konzept her sofort überzeugt. Insbesondere in einer Zeit, in der immer wieder neue Lösungen zur Materialreduktion, Optimierung der Logistik und Kostenminimierung gesucht



Fabrice Digonnet (rechts)

Dow Europe, Horgen/Schweiz
www.dow.com

Martin Kleiner

O. Kleiner, Wohlen/Schweiz
www.okleiner.ch

werden, ist es die Lösung. Mit dem neuen Markennamen wollten wir auf die clevere Verpackung hinweisen.

Welche Produkte werden bereits darin angeboten?

MARTIN KLEINER: Es wird in diversen Branchen für Flüssigprodukte und feste Füllgüter eingesetzt und getestet, so zum Beispiel für Farben, Ketchup, Senf, Öl, Add Blue, Tierfutter, Milch.

In welche Märkte wünschen Sie sich mit der Verpackungsform vorzudringen?

MARTIN KLEINER: Wir erkennen ein sehr großes Potential und sehen kaum Grenzen, das heißt Möglichkeiten bestehen im B2B und im direkten Retailgeschäft. Sowohl im Food- wie auch im Nonfood-Bereich sehen wir sehr gute Einsatzmöglichkeiten. 