

DS Smith setzt Zeichen

Die Eröffnung des Standorts Erlensee hebt den Bereich Display- und Konsumgüterverpackung auf ein neues Level.

Gemeinsam mit rund 370 geladenen Gästen feierte das Unternehmen am 17. November die Eröffnung seines neuen Display & Consumer Packaging Standortes in Erlensee. Nach dem Spatenstich am 26. August 2015 lief bereits Mitte Juli 2016 die Probeproduktion an. In den vergangenen Monaten erfolgte der Transfer der Maschinen des bisherigen DS Smith Standortes in Hanau an den neuen Standort nach Erlensee – alles bei laufender Produktion an beiden Standorten. Hier will das Unternehmen nun für seine Kunden neue Standards in der Verpackungsindustrie im Bereich Display und Konsumgüterverpackungen setzen.

Die Expansionsphase von DS Smith begann bereits im Mai dieses Jahres in der Metropolregion Ham-

burg mit der Eröffnung des neuen Standortes im Gewerbepark Glinnkamp. „Es ist das erste Mal seit langer Zeit, dass wir in der Region einen neuen Standort beziehen, der exakt auf unsere Anforderungen ausgelegt ist,“ freute sich Ulrich Metzger, Sector Director Consumer Packaging & Display bei DS Smith. „Wir haben uns damit nicht nur signifikant vergrößert und somit Raum für weiteres Wachstum mit unseren Kunden geschaffen, sondern auch optimale Voraussetzungen für Effizienz und optimale Arbeitsabläufe verwirklicht. Ganz besonders freut es mich, dass uns alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter treu geblieben sind – und somit unser gesamtes Know-how mit an den neuen Standort gezogen ist.“

Standort mit optimalen Produktions-, Lager- und Logistikprozessen

Und das Wachstum von DS Smith geht weiter: Das Unternehmen eröffnete nun in Erlensee im Main-Kinzig-Kreis ein Display- und Consumer Packaging Werk der Spitzenklasse. Auf 88.000 Quadratmetern Fläche entstand in nur rund einem Jahr Bauzeit ein Werk, das in Europa seinesgleichen sucht. Der Bereich für Produktions- und Logistikflächen sowie Büro-, Konferenz- und Sozialräume umfasst ca. 45.000 Quadratmeter. Insgesamt investierte DS Smith rund 50 Millionen Euro in das Projekt, um so das Wachstum in der Region voranzutreiben. Entstanden ist ein Standort mit neuester Maschinenteknik und



optimalen Produktions-, Lager- und Logistikprozessen. Hier werden die Aktivitäten im Displaybereich neu ausgerichtet, um selbst die höchsten Anforderungen der Kunden zu erfüllen und die Leistungsfähigkeit auf eine neue Ebene zu bringen.

Bedingungslose Kundenorientierung

Die „Grand Opening“ Feier am 17. November auf dem neuen Firmengelände in Erlensee unterstrich einmal mehr den Anspruch von DS Smith, sich für die Markenartikelindustrie und den Handel als einer der führenden Display- und Packagingspezialisten Europas zu präsentieren. Und wenn man dann in die Reihen der geladenen Gäste blickte, gewann man nicht den Eindruck, dass daran nach Abschluss der offiziellen Eröffnungszeremonie auch nur ansatzweise gezweifelt wurde. Wiederholt betonten die Mitarbeiter von DS Smith die bedingungslose Kundenorientierung als Fundament der neuen strategischen Ausrichtung. Folgerichtig gibt es für die Kunden, neben dem hochmodernen Werk, zwei weitere Highlights:



▲ Die feierliche Eröffnung des Werkes (v.l.n.r.): Michael Lamprecht, Sales Director, Stefano Rossi, CEO Packaging Division, Per V Frederiksen, Managing Director, Miles Roberts, Group Chief Executive, alle DS Smith, Torsten Könnig, Senior Business Development Manager, Goodmann Germany GmbH, Stefan Erb, Bürgermeister der Stadt Erlensee und Günter Maibach, Bürgermeister der Stadt Bruchköbel.

▼ Der neue Display & Consumer Packaging Standort von DS Smith in Erlensee.

(Fotos: © DS Smith)



Ein Impact Centre und das mittlerweile dritte PackRight Centre in der Region Deutschland & Schweiz sind in der Branche absolut einzigartig.

Von Consumer Insights bis zum Supply Cycle

Im Impact Centre können die Kunden gemeinsam mit DS Smith ihren kompletten Supply Cycle analysieren. Die Display & Packaging Strategien von DS Smith greifen dabei auf fundierte Consumer Insights zurück und kennen die aktuellsten Trends. Vor jedem Besuch steht eine gründliche Analyse und die Festlegung der Ziele, die es zu erreichen gilt. Die Kunden erleben im Impact Centre die Wirkung ihrer Displays und Verpackungen live in einem realistischen Handelsumfeld und einem Back-of-Store-Bereich. Auch der Bereich e-commerce ist hier integriert. Das Ergebnis eines Besuchs im Impact Centre sind neue Ansatzpunkte für konkrete Optimierungen entlang des gesamten Wertschöpfungskreislaufs.

Im PackRight Centre entwickelt DS Smith dann gemeinsam mit seinen Kunden aus den gefundenen Ideen konkret realisierbare Lösungen. Hier arbeiten die Designer von DS Smith gemeinsam mit Mitarbeitern des Kunden daran, neue Display- und Verpackungskonzepte zu entwerfen – und das immer bezogen auf den spezifischen Supply Cycle und die strategischen Ziele des Kunden. Der Weg zur perfekten Lösung führt über einen vierstufigen Prozess. Nach der Ermittlung der Insights erfolgen Entwicklung, Überprüfung und Validierung sowie die Implementierung der gefundenen Lösung. Dabei kommen unterschiedlichste Kreativtechniken und modernste Technologien zum Einsatz. Das Ergebnis sind maßgeschneiderte Lösungen, welche den Umsatz der Kunden steigern und Kosten innerhalb der Wertschöpfungskette senken.

Per V Frederiksen, Managing Director, DS Smith Region Deutschland & Schweiz, begrüßte die rund 370 Gäste und nach einer Dank-

sagung an alle an diesem Projekt Beteiligten hob er hervor: „Mein besonderer Dank gilt unseren Kunden. Wir haben dieses Werk für Sie gebaut. Vielen Dank für Ihre kontinuierliche Unterstützung und Ihr Verständnis während der herausfordernden Zeit des Transfers.“ Zum Abschluss sagte er: „Wir befinden uns am Beginn einer Reise. Mit dem, was wir an diesem neuen Standort leisten können, wollen wir die Erwartungen unserer Kunden übertreffen.“

Miles Roberts, Group Chief Executive des DS Smith Konzerns sagte: „Unser Ziel ist es, der führende Anbieter von nachhaltigen Display- und Verpackungslösungen zu werden und unseren Kunden dabei zu helfen, ihren Umsatz zu steigern, ihre Kosten zu senken und ihre Risiken zu minimieren. Wir haben viel in der Region Deutschland & Schweiz investiert, wir haben die richtigen Mitarbeiter und eine ganz besondere Art und Weise, wie wir mit unseren Kunden zusammenarbeiten. Jetzt haben wir dieses großartige Werk



gebaut. Display ist ein Kernbereich unserer Wachstumsstrategie. Mit diesem Standort können wir die Wertschöpfung für unsere Kunden in Europa signifikant steigern.“

Stefano Rossi, CEO der Packaging Division, DS Smith Plc, betonte in seiner Rede: „Unsere Kunden in ganz Europa haben uns gesagt, dass sie mit uns wachsen wollen, dieser Standort ist unsere Antwort hierauf. Dieses Werk ist das größte und effizienteste seiner Art in ganz Europa und unsere Kunden profitieren hier von, von unserer Expertise und unserem Supply Cycle-Denken.“

„Was machen wir anders? Warum fragen wir immer ‚warum?‘“, fragte Michael Lamprecht, Sales Director, DS Smith Region Deutschland & Schweiz, in seiner Rede. „Es geht uns darum, die Probleme und Herausforderungen unserer Kunden zu erfahren und zu verstehen. Was bewegt sie? Wie funktioniert ihr Supply Cycle, also der Weg ihres Produktes von der ersten Idee über Produktion, Konfektionierung, Lagerung, Versand, Zentrallager, Abverkauf, Kon-



„Dieses Werk ist das größte und effizienteste seiner Art in ganz Europa und unsere Kunden profitieren hiervon, von unserer Expertise und unserem Supply Cycle-Denken.“

Stefano Rossi, CEO der Packaging Division, DS Smith Plc.

sum bis zur Entsorgung. Genau hier setzen wir in unserem neuen Impact Centre und unseren PackRight Centren an. Gemeinsam stellen wir ihren Supply Cycle auf den Prüfstand, um so maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln. Unser Ziel ist es, die Wertschöpfung unserer Kunden zu steigern und sie erfolgreich zu machen. Wir wollen unsere Kunden begeistern, denn dann werden auch wir erfolgreich sein.“

Weitere Optimierung des Maschinenparks Anfang 2017

Bei den anschließenden Werksrundgängen konnten sich alle Besucher

ein Bild von der Leistungsfähigkeit des neuen Standortes machen. Die Display- und Packaging-Strategen der einzelnen Abteilungen stellten ihre jeweiligen Bereiche vor und lieferten interessante Informationen. So werden Anfang 2017 eine dritte Offsetdruckmaschine und eine weitere Stanze mit Nutzentrenner den umfangreichen Maschinenpark ergänzen. Mit dem neuen Standort ist das Unternehmen somit für weiteres Wachstum optimal aufgestellt.

„Bei unseren Maschinen und unserer Logistik kommen neueste Technologien zum Einsatz. Wir erfüllen höchste Umweltstandards und sind in der Produktion optimal für kleine und große Auflagen aufgestellt, wir haben Platz für weiteres Wachstum geschaffen und ein hochmotiviertes Team aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, das über umfangreiches Know-how verfügt“, freute sich Markus-Oliver Kramm, General Manager des Werkes Erlensee. „Dieses Werk ist das Herzstück unseres gesamten Display- und Consumer Packaging-Bereichs mit einer Ausrichtung, die weit über Deutschland hinausgeht.“ ♦



Im Impact Centre erleben die Kunden die Wirkung ihrer Displays und Verpackungen live in einem realistischen Handelsumfeld und einem Back-of-Store-Bereich.