

# Gute Freunde packen das

**FAMILIENUNTERNEHMEN** – Als kreativer Mittelständler sorgt Nordpack mit innovativen Lösungen dafür, dass Kunden weltweit gut einpacken können.

W

er beim Begriff „Verpackung“ nur an normale Kartons denkt, erlebt bei Nordpack in Isernhagen sein pappbraunes, kartongraues oder auch mal knallbuntes Wunder. „Wir leben von

der Kreativität unserer Mitarbeiter“, weist Firmenchef Andreas Prah auf das „größte Potenzial“ des Unternehmens hin. Prah ist Teamplayer, setzt auf das Branchen-Know-how seiner Experten – und auf die enge Partnerschaft zu den Kunden. „Gute Freunde sind selten“, lautet der Leitspruch, untermalt von der Freundschaftszeichnung einer Maus und eines Elefanten. Der sympathische Dickhäuter steht schon seit der Firmengründung für die starke Seite von Nordpack.

Im Musterraum wird die individuelle Vielfalt der Lösungen deutlich, die Nordpack für seine Kunden entwickelt. Der Laie staunt, was aus einer großen Platte Wellpappe entstehen kann, wenn Automotive-Spezialist Mark Dammeyer die von ihm entwickelte Verpackung für Auto-Stoßfänger zusammenfaltet. In der werden gut geschützt die Stoßstangen für die C-Klasse von Mercedes-Benz aus der Zulieferer-Produktion in Südafrika an die Fertigungsstandorte und die Ersatzteillager versandt. Der Karton nimmt die gebogene Kontour des Teiles auf und spart so 30 Prozent Platz bei Transport und Lagerung. Ein echter Kostenvorteil, schließlich ist der Stoßfänger das meistbenötigte Großersatzteil in der Autoindustrie. Ebenso wie die Form bringt das Faltpapier einen Effizienzfortschritt. Waren früher zwei Mitarbeiter damit beschäftigt, den Stoßfänger zu verpacken, schafft das heute einer allein. „Von der ersten Idee bis zur fertigen Lösung hat es

eineinhalb Jahre gedauert“, berichtet Mark Dammeyer von langem Atem und viel Detailarbeit. Heute setzen alle namhaften Automobilhersteller diese Verpackung ein.

## Dank Beratung besser verpacken

Bei Verpackungen betrachtet Nordpack nicht mehr allein die Kartonagen. Sehr innovativ befindet sich ein Consulting im Aufbau. Wolfgang Enzensberger →



## NORDPACK

**Die Nordpack Gruppe gehört mit einem Jahresumsatz von rund 76 Millionen Euro zu den Top Ten der Verpackungsbranche in Deutschland.**

Mit der Übernahme eines Großhandels für Papier und Pappe machte sich Edgar Prah 1981 selbstständig. Heute wird Nordpack, das 60 Mitarbeiter im Innen- und Außendienst beschäftigt und ein jährliches Handelsvolumen von 100.000 Tonnen Papier und 50.000 Tonnen Pappe erreicht, in zweiter Generation von Andreas Prah geführt.

Die Erinnerung an den Unternehmensgründer und dessen Branchen-Spitznamen „Pappen-Paul“ lebt im Internetshop [www.pappen-paul.com](http://www.pappen-paul.com) fort. Dort finden Kunden 3.500 Produkte rund um das Verpacken und die Ladungssicherung. Das Angebot umfasst eine große Auswahl von Standardprodukten. Spezialisiert ist Nordpack auf individuelle Verpackungslösungen zum Beispiel für die Automobil- sowie die Lebensmittel- und Getränkeindustrie oder Handelsunternehmen. Neben der Entwicklung und Lieferung von Verpackungen gewinnt die Beratung der Kunden über effiziente Prozessabläufe immer mehr an Bedeutung. Für eine Belieferung der Kunden steht am Unternehmenssitz in Isernhagen ein modernes Lager mit 15.000 Palettenstellplätzen und ein eigener Fuhrpark zur Verfügung.

Zur Unternehmensgruppe mit insgesamt 150 Mitarbeitern gehören auch das Wellpappenwerk Deisterwelle aus der Wedemark sowie die Kartonfabrik Porstendorf bei Jena. [www.nordpack.de](http://www.nordpack.de)

**BEEINDRUCKEND:**  
Um die Dimension des Hochregallagers zu visualisieren, haben sich die Nordpack-Experten kurzerhand selbst eingelagert.

„DIE KREATIVITÄT unserer Mitarbeiter ist für uns das größte Potenzial.“

Andreas Prah,  
Nordpack-Geschäftsführer





**INNOVATIVE LOGISTIK:** Flexibilität und guter Auftritt bei den Kunden sprechen für den eigenen Fuhrpark. Nordpack setzt dabei auch einen Lang-Lkw mit dem Mercedes-Benz Actros als Zugmaschine ein. Der Lang-Lkw ist kosteneffizient und entlastet die Umwelt, weil 50 Prozent mehr Ladung bei nur zehn Prozent mehr Verbrauch transportiert werden können. Da das zulässige Gesamtgewicht nicht steigt, werden Brücken, Straßen und die Umwelt nicht stärker belastet.

arbeitet als Berater für Kunden. „Bei den Kosten entfallen durchschnittlich nur 20 Prozent auf das Material. Wir analysieren die gesamten Prozesse und entwickeln Optimierungen, wie beim Verpacken Effizienzsteigerungen und Einspareffekte erzielt werden können.“ Auch elektronische Bestellprozesse mit der Nutzung von E-Katalogen und Schnittstellen zu Warenwirtschafts- und Abrechnungssystemen vereinfachen die Beschaffung von Versandmaterialien.

Pappe ist heute ein echtes Hightech-Produkt, wie Christian Bretzing erklärt, der Karton- und Pappenexperte der Kartonfabrik in Postendorf bei Jena. Das Material wird beispielsweise von der Getränkeindustrie als Zwischenlage beim Stapeln von Flaschen und Dosen eingesetzt. „Wir passen unser Produkt auf die Klimazone an, in der es verwendet wird. Sonst wäre der Karton aufgrund der unterschiedlichen Klimabedingungen für unsere Kunden nicht einsetzbar.“ Ebenso intelligent: Ein Karton mit Lotuseffekt-Beschichtung als Feuchtigkeitsbarriere hält empfindliche Güter beim Transport trocken.

**Auch explosions sichere Kartons**

Als Zwischen- oder Abdeckpappe sorgt mit „Safety Grip“ ausgestattetes Papier oder Pappe dafür, dass gestapelte Kartons nicht ins Rutschen kommen. Eine Folienblase rüstet Kartons für den Flüssigkeitstransport aus. Oder ein integriertes Metallgeflecht im Karton ermöglicht den explosionsgesicherten Transport von Airbags für Autos.

Kommt es bei den Industrie-Transportverpackungen vor allem auf die schützende Wirkung an, wird es im Handel bunt. Händler und Online-shops nutzen ihre Versandkartons als Werbeflä-

che. Auch im Supermarkt setzen bedruckte Kartons Kaufimpulse. Gedruckt wird in der Produktion von Nordpack, wobei Digitaldruckverfahren auch kleine Auflagen ermöglichen. Versuche haben ergeben, dass die attraktive Warenpräsentation mit Aufstellern den Abverkauf um 35 Prozent steigern kann, wie Handelsexperte Ralf Schommers berichtet. Und wie transportiert man das Markenimage, wenn der Karton außen schlicht sein soll, um die Diebstahlgefahr auf dem Versandweg zu minimieren? Auch dazu hat Schommers kreativ eine Idee entwickelt: Man druckt das Branding in den Kar-

ton. So darf sich der Käufer beim Auspacken vom Erlebnis des hochwertigen Markenimages bestätigt fühlen. Der Onlinehandel lässt Verpackungen boomen. Dabei sieht Andreas Prahls eine Abkehr von Einheitsgrößen. „Der Trend wird wieder zu passgenauen Kartons gehen, denn die Versender wollen weniger Luft transportieren.“ In Zeiten von ebay steigt auch privat der Bedarf an Kartonnagen. Wie gute Freunde so sind, denken sie auch daran: Nordpack prüft gemeinsam mit einer Baumarktkette gerade den Verkauf eines Kartonsortiments mit verschiedenen Größen für Privatkunden. Eine packende Idee. ●

**„DIE VERSENDER wollen weniger Luft transportieren.“** Andreas Prahls



**NORDPACK-TEAM** (von links): Mark Dammeyer, Andreas Prahls, Christian Bretzing, Ralf Schommers und Wolfgang Enzensberger.



**GANZ FRISCH:** Für den Berliner Lebensmittelversender HelloFresh hat Nordpack Kartonnagen und Inlays entwickelt, die lebensmittelecht sind und die empfindliche Produkte optimal schützen.

Von Pappe und Karton

**Kartonverpackungen schützen Waren bei der Aufbewahrung, beim Versand oder bei der Lagerkommissionierung vor Beschädigungen und Verschmutzungen.**

Am meisten eingesetzt wird heute Wellpappe, die sehr leicht und stabil ist. Dies wird dadurch erreicht, dass eine oder mehrere wellenförmige, dünne Papierbahnen zwischen zwei Deckschichten verklebt sind. Dieses Prinzip wurde bereits vor mehr als 150 Jahren in England für die Herstellung hoher Hüte patentiert und ab den 1870er-Jahren in den USA für Verpackungen weiterentwickelt. Heute gibt es 30 verschiedene Arten von Wellpappen, die je nach Wellenform und Anzahl der Lagen für unterschiedliche Nutzung und Belastbarkeit geeignet sind. Bei dreilagiger Wellpappe werden in der Herstellung sieben Papierbahnen verklebt. Wellpappe besteht in der Regel aus verschiedenen braunen Papieren wie Testliner oder Kraftliner und kann für eine farbige Bedruckung mit weißem Papier kaschiert werden. Im Gegensatz zur (Well)Pappe sprechen Experten von Karton, wenn es sich um Vollmaterial handelt. Karton ist quasi „dickes Papier“ ab einer Grammatur von 150 Gramm pro Quadratmeter. Wellpappe und Karton können vollständig recycelt werden. Da sie aus hochwertigem, langfasrigem Zellstoff bestehen, sind sie in der Altpapierverwertung besonders gefragt.