

Eine starke Marke – eine starke Zukunft

Im Oktober 2024 feiert SÜDPACK 60-jähriges Firmenjubiläum



Abb. 1: Der Hauptsitz von SÜDPACK im schwäbischen Ochsenhausen. Hier begann in einer kleinen Garage vor 60 Jahren eine Erfolgsstory, die noch lange nicht zu Ende geschrieben ist.

Als Alfred Remmele 1964 in einer kleinen Garage im schwäbischen Ochsenhausen seine ersten Käseifebeutel herstellte, legte er den Grundstein für ein Unternehmen, das sich im Lauf der Jahre zu einem der international erfolgreichsten Hersteller von Hochleistungsfolien entwickeln sollte. Der Weg durch die sechs Jahrzehnte ist gepflastert mit Produktinnovationen, die Maßstäbe in der Kunststoff- und Verpackungsindustrie setzten – und derzeit auch die Transformation der Branche aktiv vorantreiben.

SÜDPACK ist mehr als ein Folienhersteller. SÜDPACK ist einer der Pioniere der Folien- und Verpackungsindustrie. Und: SÜDPACK zählt zu den innovativsten und auch nachhaltigsten Mittelständlern Deutschlands. Das Credo: Visionen entwickeln. Innovation vorantreiben. Heute sind unter dem Dach der Holding mehrere Business Units angesiedelt, die konsequent auf Kundenbedürfnisse, auf Zukunftsfähigkeit und vor allem auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sind.

Zu den Kernmärkten zählen im Wesentlichen die Lebensmittelindustrie, die Gesundheitsbranche sowie Hersteller von Non-Food-Produkten überwiegend aus dem technischen Bereich. Kernkompetenzen sind die Folienherstellung, die Veredelung und die Beutelkonfektion, Kerntechnologien die Cast- und Blasfolien-Coextrusion, Flexo-, Tief- und Digitaldruck sowie die Kaschierung. „Unser Technologie-Mix ist ebenso wie unsere Anwendungskompetenz einzigartig im Markt“, unterstreicht Johannes Remmele. Der Sohn des Firmengründers, der den unternehmerischen Mut, den Weitblick und die Agilität seines Vaters geerbt hat, setzte bis 2019 als geschäftsführender Gesellschafter deutliche Marken, vor

allem hinsichtlich der Weiterentwicklung des Unternehmens, neuer Technologien und der Internationalisierung. Seitdem steht er der Firmengruppe beratend zur Seite – und engagiert sich u.a. verstärkt für einen Bürokratieabbau in Deutschland sowie die Modellierung der europäischen PPWR (Packaging & Packaging Waste Regulation).

Angefangen ...

... hat alles mit der Herstellung von Käseifebeuteln, die einen kontrollierten Atmosphärentausch ermöglichen und damit Käse optimal reifen lassen. Denn erst durch die Reifung wird ein Käse zu dem, was er sein soll: ein hochwertiges, natürliches Produkt mit ausgeprägtem Geschmack und typischem Geruch. Der gelernte Käser und Molkereimeister Alfred Remmele jedenfalls hat seine Vision Realität werden lassen – und der Lebensmittelindustrie ermöglicht, Käse, Wurst und später auch andere Lebensmittel sicher zu verpacken und damit auch haltbarer zu machen.

Doch es sollte nicht der einzige Meilenstein bleiben. Schon in der ersten Hälfte der Siebzigerjahre entstanden die ersten Fabrikationshallen auf dem heutigen Firmenareal am Hauptsitz in Ochsenhausen, da man die stetig steigende Nachfrage nach flexiblen Verpackungslösungen bedienen wollte. Bereits damals dachte der Pionier Remmele aber weiter: Er investierte in neue Technologien und Geschäftsmodelle: 1975 in die erste Kaschieranlage. Nur zwei Jahre später in eine 6-Farb-Flexodruckmaschine. Und 1988 in eine Polystyrol-Maschine, die als erste Hartfolienanlage im Hause SÜDPACK ebenfalls in die Geschichte eingehen und es dem Familienbetrieb ermöglichen sollte, Boden- und Deckelfolien für Tiefziehverpackungsanwendungen zu liefern.

Internationalisierung und Ausbau der Kompetenzen

1978 wurde mit der Eröffnung des ersten Vertriebsstandorts in Großbritannien dann auch klar: SÜDPACK ist auf dem Weg zu einem internationalen Unternehmen – und baut seine Kernmärkte sukzessive weiter aus. Heute werden die Hochleistungsfolien in über 70 Länder exportiert, insgesamt zehn Produktionsstandorte bilden das Rückgrat der Firmengruppe. Den nord-amerikanischen Markt bspw. bedient man seit 2017 mit dem Standort SÜDPACK Oak Creek, den indischen Markt seit 2019 durch das Joint Venture mit SÜDPACK Kamakshi. Kurzum: Aus dem anfangs auf die Käseerzeugung spezialisierten Folienhersteller ist ein Anbieter geworden, dessen Qualitätsprodukte weltweit in nahezu allen Branchen und Anwendungsbereichen ihren



■ **Abb. 2:** Ein Bild des Molkereimeisters und SÜDPACK-Gründers Alfred Remmele anlässlich der Feierlichkeiten zum fünfzigsten Jubiläum des Unternehmens 2014.



■ **Abb. 3:** „Unser Technologie-Mix ist ebenso wie unsere Anwendungskompetenz einzigartig im Markt“, unterstreicht Johannes Remmele. Der Sohn des Firmengründers setzte bis 2019 als geschäftsführender Gesellschafter deutliche Marken hinsichtlich der Weiterentwicklung des Unternehmens, neuer Technologien und der Internationalisierung.



■ **Abb. 4:** „Bei der Folienentwicklung konzentrieren wir uns schon seit den Anfängen auf das Erzielen eines optimalen Produktschutzes bei minimalem Fußabdruck. Unser Ziel: So wenig Packstoff wie nötig, so viel Sicherheit wie möglich“, so Carolin Grimbacher, geschäftsführende Gesellschafterin von SÜDPACK.

Einsatz finden: von der Lebensmittelindustrie angefangen über Lösungen für Verpacken von Medizingütern, Pharmazeutika und Non-Food-Produkten bis hin zu Folien für anspruchsvolle technische Anwendungen.

Ein essenzieller Baustein im Rahmen der Diversifizierungs- und Expansionsstrategie war auch die Übernahme von CDP Laboratoires kurz vor der Jahrtausendwende. Der auf Verpackungen für Sterilanwendungen – auch bereits unter Reinraumbedingungen – spezialisierte Hersteller wurde 2017 in eine eigene Gesellschaft, die SÜDPACK MEDICA AG, ausgegliedert. „Wir haben damit den organisatorischen Rahmen geschaffen, um unsere Aktivitäten auf die sehr speziellen Bedürfnisse der Medizin- und Sterilgüterindustrie besser auszurichten“, erklärt Carolin Grimbacher, die neben ihrem Bruder Johannes Remmele seit 2008 als geschäftsführende Gesellschafterin mit Verantwortung für den Bereich F&E die Geschicke des Familienunternehmens mitgestaltet. Heute steht der Standort im französischen Coulmer vornehmlich für die Herstellung von Sterilbarrierebeuteln, wie sie bspw. für das Verpacken von Implantaten zum Einsatz kommen. Ein weiterer Schwerpunkt sind Transport- und Sekundärverpackungen speziell für großvolumige Medizinprodukte, die mit der ETO-Sterilisation den geforderten Sterilitätsgrad nachweisen können.

Kaschierung, Druck & mehr

2002 erweiterte SÜDPACK mit SÜDPACK Bioggio (CH) dann seine Kompetenzen wie auch Kapazitäten im Bereich Tiefdruck. 2015 folgte SÜDPACK Klobuck (PL) mit Flexodruck und 2021 schließlich SÜDPACK Grootegast (NL) mit Flexodruck und Kaschierung. Die hocheffiziente Herstellung

von Weichfolien wiederum gewann ab 2009 durch weitere, hohe Investitionen, u.a. in eine Gießfolienextrusionsanlage, an Dynamik.

Noch mehr Geschwindigkeit und Flexibilität im Innovationsprozess bringt seit 2016 zudem die Pilotanlage multiXtrusion: Denn auf der 9-Schicht-Co-Extrusionsanlage lassen sich alle bei SÜDPACK gängigen Herstellungsverfahren realitätsnah abbilden und ausgiebig testen. Die speziell für die Herstellung von Kaschierverbunden in Kleinserien entwickelte Kaschieranlage

Labo Combi wiederum wird für das Testen eigener Folienentwicklungen und für Kundenbemusterungen genutzt.

Kreislaufwirtschaft: Investitionen in eine bessere Zukunft

Im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie investierten die SÜDPACK Visionäre zudem in eine funktionierende Kreislaufwirtschaft in der Kunst-



■ **Abb. 5:** Heute sind unter dem Dach der Holding mehrere Business Units angesiedelt, die konsequent auf Kundenbedürfnisse, auf Zukunftsfähigkeit und vor allem auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sind.

stoff- und Verpackungsindustrie. Bis dato hat SÜDPACK als einziger Folienhersteller im Markt Zugriff auf das mechanische und das chemische Recycling, die beiden essenziellen Recyclingtechnologien.

Durch das intelligente, mittlerweile ISCC Plus zertifizierte Wertstoffmanagement am Standort in Schwendi können Wertstoffe, die bei der Folienherstellung entstehen, konsequent aufbereitet und wieder in der Produktion eingesetzt werden. Mit der Investition in ein eigenes Kompetenzzentrum für Compoundierung erhöht SÜDPACK dadurch nicht nur seine eigene Wertschöpfungstiefe, sondern ermöglicht auch die Herstellung von Compounds mit Rezyklatanteil. „Hierdurch kommen wir nicht nur unserem Ziel, ein ZERO WASTE Unternehmen zu werden, ein Stück näher, sondern wir können mit den CO₂-reduzierten Compounds auch unsere Kunden bei der Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele unterstützen“, so Carolin Grimbacher.

Parallel investiert man seit einigen Jahren in die carboliq-Technologie, um aus bislang nicht recyclingfähigen Folienstrukturen durch chemisches Recycling eine wertvolle Flüssigressource zu gewinnen. Diese lässt sich für die Herstellung von Folien selbst für anspruchsvollste Einsatzbereiche wie der Lebensmittelindustrie nutzen.

Nachhaltigkeit – Herausforderung und Chance zugleich

„Für uns als verantwortungsbewusstes Familienunternehmen hat Nachhaltigkeit viele Facetten. Sowohl ökologisch als auch ökonomisch und sozial. Schon heute können wir durch den Einsatz unterschiedlichster Technologien Wertstoffe im Kreislauf halten. Und bei der Folienentwicklung konzentrieren wir uns schon seit den Anfängen auf das Erzielen eines optimalen Produktschutzes bei minimalem Fußabdruck. Unser Ziel: So wenig Packstoff wie nötig, so viel Sicherheit wie möglich“, betont Carolin Grimbacher.

Mit seinen materialeffizienten wie auch kreislauffähigen Folienlösungen und Verpackungskonzepten ist SÜDPACK dabei einer der Vorreiter und auch Treiber im Markt. „Design for Recycling“, „Design for Circularity“ oder „Design for Sustainability“ sind keine Schlagworte, sondern wegweisende Innovationen, die Leitplanken in der Branche setzen. „Ebenso wie unsere neuartige Drucktechnologie SPQ, mit der wir den Verpackungsdruck revolutioniert haben, indem wir durch ein intelligentes Farbmanagement u.a. den Verbrauch von Farbe und Lösemitteln signifikant reduzieren und gleichzeitig eine verbesserte Druckqualität erzielen“, bekräftigt Carolin Grimbacher.

Gut gerüstet für die Zukunft

... sehen beide Geschwister den „Familienbetrieb“ – auch weil bereits die ersten Enkel des Firmengründers als dritte Generation mit an Bord sind: „Unsere Spitzenposition im Markt werden wir auch weiterhin mit umfangreichen Investitionen in neue Technologien, in unser Produkt-Portfolio wie auch in die Weiterentwicklung unserer Organisation absichern. Der größte Teil der Technologieinvestitionen fließt dabei in Projekte, die die Grundlage für die Herstellung nachhaltiger Produktlösungen bilden: Sustainable Services, Kreislaufwirtschaft, Beratungen zur Ökobilanzierung, Optimierung des ökologischen Fußabdrucks. Unser Ziel ist nicht nur ein gesundes Wachstum, sondern auch Leadership in Sustainability!“

Kontakt:

SÜDPACK Holding GmbH

Ochsenhausen

Tel.: +49 7352/925-01

info@suedpack.com

www.suedpack.com

Kreative Ideen sichern

Innovative Erfindungen, der eigene Markenname oder ein ansprechendes Produktdesign: Geistiges Eigentum ist für viele kleine und mittlere Unternehmen die Basis für ihren wirtschaftlichen Erfolg. Daher sollten sie es gegen Diebstahl und Nachahmung schützen. Wie kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) ihre Konzepte, Schöpfungen und Geschäftsideen rechtlich absichern können, erklärte Florian Lampe, Leiter Vertrieb der Neuen Rechtsschutzversicherung, ein Unternehmen der Nürnberger Versicherung.

Unternehmen haben mehrere Möglichkeiten, um ihr geistiges Eigentum zu schützen. „Zu den sogenannten gewerblichen Schutzrechten zählen u.a. der Patent-, Gebrauchsmuster-, Marken- und Designschutz“, so Lampe. „Diese werden in ein amtliches Register eingetragen und sichern dem Rechteinhaber zu, über die Nutzung und Verwertung, etwa einer Erfindung, zu entscheiden. Um im Ernstfall gegen Betrüger vorgehen zu können, müssen Betriebe sich diese Schutzrechte einholen.“ Die Anforderungen unter-



scheiden sich je nach Schutzrecht. „Bei einer technischen Erfindung, die gewerblich verwertbar ist, ist z.B. eine Patentanmeldung die richtige Vorgehensweise“, ergänzte der Experte. Über das Urheberrecht können Betriebe Ideen absichern. Urheberrechte entstehen automatisch mit der Schöpfung. Das heißt, Unternehmen müssen diese im Gegensatz zu gewerblichen Schutzrechten nicht extra beantragen. Der Rechtsschutz bei Patenten, Marken und Co. ist ein komplexes Feld. Lampe empfiehlt kleinen und mittleren Unternehmen, sich hier von

Experten beraten zu lassen. Denn bereits Kleinigkeiten können darüber entscheiden, ob etwa eine Patentierung möglich ist. „Kommt es zu Rechtsstreitigkeiten um eine Erfindung oder Geschäftsidee, können schnell hohe oder sogar existenzbedrohende Kosten entstehen“, warnte Lampe. Die Rechtsschutzversicherung für Markenrecht und Patentrecht

der Nürnberger Versicherung schützt KMUs gegen Ansprüche anderer Unternehmen. Mit einem Zusatzbaustein können Betriebe zudem Schadenersatz-, Unterlassungs- und Auskunftserteilungsansprüche gegenüber Wettbewerbern geltend machen, wenn diese sich unbefugt geistiges Eigentum aneignen.

Nürnberger Versicherung

Tel.: +49 911/531-5

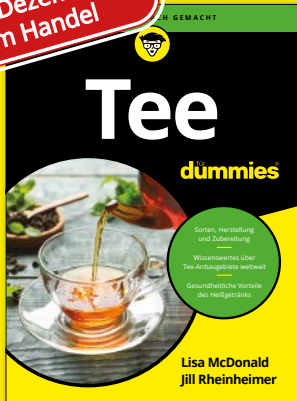
info@nuernberger.de

www.nuernberger.de

Einfach Wissen fürs Leben schenken

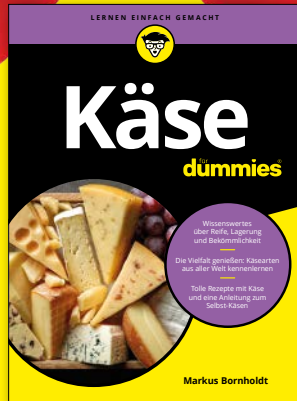


Ab Dezember
im Handel



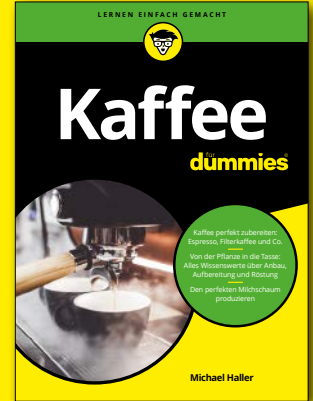
2024. 352 Seiten.
Broschur. Ca. € 18,-
ISBN: 978-3-527-72142-9

Dieses Buch bietet alles, was es
über Tee zu wissen gibt.



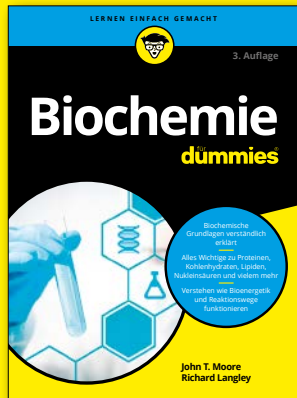
2023. 258 Seiten.
Broschur. € 18,-
ISBN: 978-3-527-72126-9

Was Sie schon immer über
Käse wissen sollten.



2023. 246 Seiten.
Broschur. € 18,-
ISBN: 978-3-527-72123-8

Tauchen Sie mit diesem Buch
in die Welt des Kaffees ein.



2019. 352 Seiten.
Broschur. € 19,99
ISBN: 978-3-527-71662-3

Stehen Sie auf Kriegsfuß mit
der Biochemie? Kein Problem!

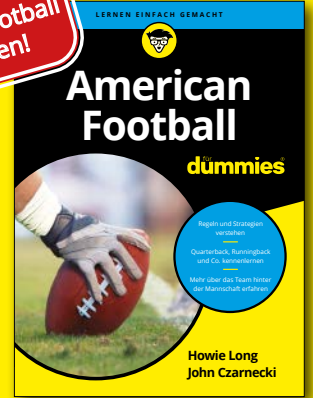


2023. 364 Seiten.
Broschur. € 20,-
ISBN: 978-3-527-71895-5

Ist für jeden wichtig, der sich
mit Wirtschaft beschäftigt.



Eine Geschenkidee
für alle, die von Football
den Kick kriegen!



2024. 400 Seiten.
Broschur. € 22,-
ISBN: 978-3-527-72223-5

Ein umfassender Leitfaden
für Fans des Footballs und
seiner vielen Komponenten.

