Für Luxusverpackungen wie diesem Parfumverschluss von Kenzo gelten besondere Regeln.

PRODUKTE FÜR STARS

LUXUSVERPACKUNGEN FORDERN SPRITZGIESSER HERAUS Einhundertprozentige Qualität und eine enorme Flexibilität fordert die Kosmetikbranche von ihren Zulieferern. Flache Hierarchien und ebenso flexible wie zuverlässige Partner sichern dabei das Überleben des mittelständischen Verarbeiters CMSI, Mitglied der Texen-Gruppe, zwischen Rohstoffhersteller und Kosmetikriesen.

Die Stars der Kosmetikbranche – Topdesigner der Marken Kenzo, Lancôme, Yves Saint Laurent oder Chanel – gehen im französischen Attignat ein und aus. Und wie Medienstars sind auch sie echte Diven, egozentrisch, sensibel und extrem anspruchsvoll. „Für uns bedeutet das, dass wir in jeder Beziehung perfekt sein müssen, um ihren Anforderungen zu genügen“, beschreibt Jean-Michel Piron, Geschäftsführer bei CMSI, die größte Herausforderung im alltäglichen Geschäft des Herstellers von Luxusverpackungen für Parfum und Co. Die Herstellung von Verpackungen für Kosmetika ist ein ebenso forderndes wie volatiles Geschäft, das dem Dienstleister ein Maximum an Flexibilität abverlangt. Piron nennt ein Beispiel: „Die Vorlaufzeit für eine komplette Produktion liegt bei etwa einem halben Jahr. Dann müssen wir innerhalb von drei Monaten den gesamten Weltmarkt mit einer ausreichenden Stückzahl bedienen können.“ Daher werden zu Beginn eines Auftrags in der Produktion oft mehrere Maschinen gleichzeitig eingesetzt. Die Laufzeit eines Produktes selbst ist dann wiederum schwer abzuschätzen, da sie vor allem von der Akzeptanz des Produkts durch den Endverbraucher abhängig ist. Wird das Produkt vom Konsumenten nicht angenommen, kann es samt seiner Verpackung innerhalb weniger Monate wieder in der Versenkung verschwinden. Verhältnisse, die eine Kalkulation nicht gerade vereinfachen.

> **„Wir sind bei unseren Lieferanten auf Schnelligkeit und Flexibilität angewiesen.“**
> Jean-Michel Piron, CMSI

Auch in der Entwicklung ist Schnelligkeit gefragt: Nicht selten erhält der Verarbeiter am Vormittag eine Anfrage für ein bestimmtes Produkt, das soeben dem Ideenquell der Stardesigner entsprungen ist. Der Produktentwickler in Attignat bekommt die Pläne per Mail. Diese werden über Nacht per Stereolithographie in einen Prototypen umgesetzt, welcher am nächsten Morgen direkt zum Auftraggeber gebracht wird. Doch die großen französischen Namen der Kosmetikbranche fordern nicht nur Flexibilität und Schnelligkeit, sondern auch eine 100%-ige Qualität von ihren Dienstleistern. Chanel zum Beispiel bewertet alle Dienstleister nach einem spezifischen System. Und wer den Ansprüchen nicht genügt, fliegt raus (siehe Interviewkasten).

Metamorphose vom Werkzeugbauer zum Verpackungshersteller

Die hohen Qualitätsanforderungen beeinflussen naturgemäß alle Bereiche: beginnend bei den Werkzeugen über die Reinheitsanforderungen während der Produktion und die Reproduzierbarkeit

PLASTVERARBEITER

Entdecken Sie weitere interessante Artikel und News zum Thema auf plastverarbeiter.de!

Hier klicken & informieren!

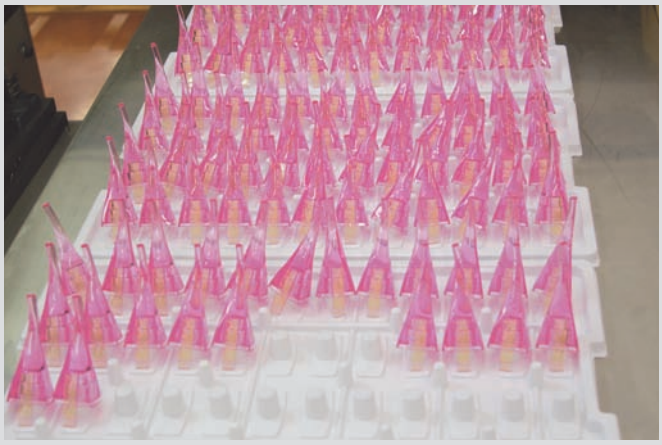
In der Spritzgießerei stehen 28 Spritzgießmaschinen – dabei 24 von Billion – mit durchschnittlich 200 Tonnen Schließkraft. Hergestellt werden komplizierte Teile zum Teil mit Hinterschnitt.

beim Spritzgießen selbst bis hin zur unternehmenseigenen Qualitätssicherung.

Und so steckt das eigentliche Kapital des Unternehmens – wie meist bei spezialisierten Verarbeitern – in den Werkzeugen. In der Werkzeughalle lagert ein unbezahlbares Knowhow, das sich über die Jahre angesammelt hat. Diese Werkzeuge sind für CMSI unersetzlich und daher mehrfach gesichert gegen alle Unwägbarkeiten. Ihr Wert entspricht – falls er überhaupt zu beziffern ist – in etwa dem Sechs- bis Siebenfachen des Jahresumsatzes.

Heute werden die notwendigen Werkzeuge nicht mehr komplett selbst gefertigt, sondern zunächst extern in Auftrag gegeben. Das know-how-tragende Finish entsteht jedoch intern: Nach einer kurzen Einfahrzeit und ersten Testläufen wird jedes Werkzeug in der eigenen Werkstatt nachbearbeitet. Die unnachahmliche Hochglanzoptik der schwarzen Make-up-Behälter von Chanel wird durch manuelles Polieren der Werkzeuginnenflächen erreicht. Den fachkompetenten Nachwuchs hierzu bildet sich der Verpackungshersteller selbst heran.

Zur Markteinführung dieses aktuellen Kenzo-Duftes muss innerhalb weniger Monate der Bedarf für den Weltmarkt produziert werden.



Veredelt werden die Flakon-Deckel mit Tampondruck oder Farbauftrag, zum Teil im Reinraum.

Die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Arbeitgeber ist bemerkenswert und so kommt es, dass eine Familie bereits in zweiter Generation im Unternehmen tätig ist.

Einwandfreie Qualität in jeder Beziehung zwingend

Die verarbeiteten Rohstoffe – derzeit sind es etwa 200 verschiedene – müssen ebenfalls diesem Qualitätsniveau entsprechen. „Wir verarbeiten Rohstoffe großer Anbieter, darunter auch BASF, Bayer und Dupont. In der Regel sind wir dabei mit der Qualität sehr zufrieden und verlassen uns darauf. Allerdings kam es insbesondere in den letzten Jahren immer häufiger zu Qualitätsproblemen, die sich leider erst beim eigentlichen Spritzgussprozess zeigten“, beschreibt Piron die Problematik. Er glaubt, die schwächelnde Rohstoffqualität auf Produktionsstandorte in südlichen Ländern oder gar im Orient zurückführen zu können. Als kleiner Abnehmer der großen Rohstoffhersteller, habe man aber keine Alternativen. Ein weiterer Baustein für die hohe Produktqualität ist die Sauberkeit der Produktionshalle selbst. Piron: „Hier ähneln die Anforderungen langsam aber sicher denjenigen in der Medizintechnik: „In unserer Spritzgießproduktion wird mittlerweile mit Reinraum Klasse 1 000 gearbeitet. Und in einem geschlossenen Reinraum für bestimmte Produkte erreichen wir sogar Klasse 100 000.“

Welch hohem Qualitäts- und gleichzeitig Kostendruck die Hersteller der Verpackungen für Markenkosmetika ausgesetzt sind, macht Piron an einem Beispiel deutlich. Für den Verschlussdeckel eines gläsernen Cremetiegels wird von Lancôme eine sehr hohe Qualität verlangt. Denn die Tiegel müssen absolut dicht sein. Im mehrstufigen Produktionsprozess arbeiten zwei Spritzgießmaschinen synchron, die einzelnen Teile werden anschließend mit Folie dekoriert und mit Hilfe von Robotern endmontiert. Der komplette Deckel kostet für den Kosmetikhersteller deutlich unter 0,50 € im Einkauf, die Creme selbst wird an den Konsumenten für etwa 80 € verkauft. Die Stückzahl liegt bei etwa zehn Millionen Deckeln pro Jahr.

Aufgrund eines Preisunterschieds von wenigen Cent verlor CMSI den Auftrag nach Asien. Nach etwa einem Jahr wurde der Auftrag jedoch wieder nach Frankreich zurückgegeben. „Die notwendige 100%ige-Teilequalität konnte in Asien nicht erreicht werden“, resümiert Piron. „Wir stellen die Maßhaltigkeit über eine Kamerakontrolle sowie eine manuelle Kontrolle sicher. Da beide Teile des Deckels durch einklicken ineinander gedreht werden, ist keine Toleranz erlaubt.“

Maßgeschneiderter Maschinenpark

Um diese Teilequalität zu erreichen, sind Spritzgießmaschinen nötig, die eine sehr hohe Reproduzierbarkeit gewährleisten können. „Vor ungefähr 15 Jahren entschlossen wir uns, uns als Industriepartner für schwierige Kosmetikverpackungen einen Namen zu machen. Doch damals glich die Produktion noch einer Ausstellungshalle aller möglichen Spritzgießmaschinenher-

HINTERGRUNDINFO

Der Verpackungshersteller

1956 als Werkzeugbauer von der Familie Burtin gegründet, liegt das Leitmotiv von CMSI bereits in den Wurzeln: Der Wille, Dinge zu realisieren, die niemand sonst kann. Der Firmenname ist die Abkürzung aus **C**onstruction de **M**oules **S**péciaux pour l'**I**ndustrie, das heißt Spezialwerkzeugbauer für die Industrie. Vor etwa 40 Jahren begann aus diesem Motiv auch die Partnerschaft mit Chanel. Der Parfumhersteller begann damals für seine Flakons mit Thermoplasten zu experimentieren. Traditionell waren sowohl der weibliche als auch der männliche Teil (der Korken für den Flakon) aus Glas, der Korken mit einem erodierten Teil als Dichtung. Um Glas durch preisgünstigeren Kunststoff ersetzen zu können, begab sich Chanel auf die Suche nach einem Werkzeugbauer, der einen Prototypen herstellen konnte – und wurde bei CMSI fündig. Die Entwicklungen waren so erfolgreich, dass Chanel in den 70-iger Jahren die Herstellung der spritzgegossenen Teile anfragte. So entstand eine eigene Spritzgießerei, und in der Folge auch die Nachbearbeitung. Heute werden die einzelnen Teile durch verschiedene Techniken der Oberflächenveredelung im Anschluss an das Spritzgießen verschönert. Aus dem Werkzeugbauer war der Entwickler und Hersteller von Luxusverpackungen geworden. Aktuell steht die Abkürzung für **C**onception et **M**oulage au **S**ervice de l'**I**ndustrie. 1993 übernahm Christian Baravaglio das Unternehmen in seine im Entstehen begriffene Groupe Texen. Von da an wurde Schritt für Schritt aus dem Handwerksbetrieb, ein betriebswirtschaftlich geführtes Unternehmen mit moderner Produktion – in Attignat 1995 errichtet. Die Produktion der technischen Teile wurde an sR2P abgetreten, ein weiteres Unternehmen im Verbund der Texen-Gruppe. CMSI selbst konzentrierte sich fortan auf Luxusverpackungen für die Kosmetikindustrie und begann auch für andere Markenartikler in diesem Segment zu arbeiten. Um die Reaktionsschnelligkeit und Flexibilität, die in diesem Metier notwendig ist, zu bewahren, blieb das Unternehmen jedoch auch im Rahmen der Texen-Gruppe ein eigenständiger Mittelstandsbetrieb mit etwa 20 bis 25 Mio. Euro Jahresumsatz und zwischen 120 und 150 Mitarbeitern.

Jedes einzelne Teil wird manuell geprüft, kleinste Stäubchen geben bei den schwarzen Hochglanzflächen Grund zur Reklamation.

steller“, beschreibt Piron die Anfänge. Sehr schnell wurde klar, dass man sich auf ein bis zwei Hersteller festlegen musste, deren Maschinen untereinander kompatibel waren. Wichtig war dabei auch, dass die Maschinen genau auf die Anforderungen des Verpackungsherstellers zugeschnitten waren. „Die Festlegung auf Billion hatte mehrere Gründe: sicher war die exakt passende Maschinentechnologie entscheidend, aber auch die räumliche Nähe spielte eine Rolle. Der gute After-Sales-Service war ebenfalls eines der Argumente ebenso wie die über Jahre gewachsenen guten wirtschaftlichen Beziehungen beider Unternehmen.“ Ausschlaggebend war und ist daneben die Kompetenz des Maschinenbauers bei der Mehrkomponententechnik, die vor allem bei den neueren Entwicklungen des Verpackungsherstellers benötigt wird. „Eine weitere Basis der Zusammenarbeit ist unsere Flexibilität und die Fähigkeit schnell auf die Wünsche unserer Geschäftspartner einzugehen“, bekräftigt Korbinian Kiesl, Geschäftsführer des Maschinenherstellers Billion, die Aussagen seines Partners. So gab es in der Vergangenheit einen kritischen Punkt, als die Entwicklung elektrischer Maschinen in Oyonnax nicht schnell genug vorangetrieben werden konnte, der Verpackungshersteller aber aufgrund der Marktgegebenheiten aber in Zugzwang war. Doch mit der Unabhängigkeit von der MPM-Gruppe vor vier Jahren ge-

Schnelligkeit und Präzision

Exakt so viel wie nötig, dafür aber so schnell wie möglich. Im unsteten Geschäft mit den komplexen Verpackungen für Parfum, Creme und Make-up ist ein extrem flexibler Maschinenbau-Partner für den Luxusverpackungshersteller CMSI überlebensnotwendig. Dabei kommt es weniger darauf an, die neuesten Technologien bei den Spritzgießmaschinen einzusetzen, als sich vielmehr auf exakt für den eigenen Bedarf zugeschnittene Maschinen mit dem entsprechenden After-Sales-Service verlassen zu können. Eine hohe Präzision und Reproduzierbarkeit der Teile sowie das Knowhow in der 2K-Technik sowie bei elektrischen Maschinen gehören neben der Reaktionsschnelligkeit zum Anforderungsprofil des Verpackungsherstellers an seinen Partner.

wann der Maschinenbauer rasch an Schnelligkeit und Flexibilität zurück. „So konnten wir die Zusammenarbeit mit CMSI wieder stärken, die auch auf einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis beruht. Hierzu trägt vor allem die lange Lebensdauer unserer Spritzgießmaschinen bei, die nicht selten bei 20 Jahren liegt“, ergänzt Kiesl die Ausführungen seines anspruchsvollen Auftraggebers.

Die Partnerschaft beider Unternehmen funktioniert auch deswegen so gut, weil beide die Kommunikation als wichtigen Bestandteil ihrer Strategie erkannt haben. Die enge Zusammenarbeit mit den Verarbeitern und die prompte Reaktion auf deren Bedürfnisse ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie des Maschinenherstellers. Und der Verpackungshersteller arbeitet seit einigen Jahren gemeinsam mit einem Kosmetikhersteller an einer Neuentwicklung, die 2011 auf den Markt kommen soll. „Diese Entwicklung wird es in sich haben und

„Als mittelständisches Unternehmen können wir sehr flexibel und schnell auf Kundenwünsche reagieren.“

Korbinian Kiesl, Billion

NACHGEHAKT

„KOSMETIK IST EIN SCHNELLES GESCHÄFT“

Im Interview plaudern Jean-Michel Piron, CMSI, und Korbinian Kiesl, Billion, über die Besonderheiten des Geschäftes mit den Kosmetikverpackungen und die Unterschiede zu anderen Branchen.

„Bei Hochglanzoberflächen erlauben unsere Abnehmer keine Fehler.“

Jean-Michel Piron

Plastverarbeiter: Welches ist das anspruchsvollste Produkt, das Sie herstellen?
Piron: Unser Metier ist etwas Besonderes, weil wir für spezielle Auftraggeber arbeiten. Das psychologisches Profil der Markenverantwortlichen und Designer bei Chanel und Co. gleicht dem einer Diva . Denken Sie nur an Karl Lagerfeld bei Chanel. Das ist wahre Extravaganz! Unsere Abnehmer achten sehr darauf, wie und in welchem Umfeld ihre Produkte präsentiert werden. Und das gilt ganz selbstverständlich sogar für die Schauvitrine im Eingang, die Sie gesehen haben: Chanel muss im obersten Fach stehen, Lancôme darunter ... Daher möchte ich hier kein Produkt besonders herausstellen.

Plastverarbeiter: Welches ist für Sie die größte Herausforderungen im Geschäft mit den Luxusverpackungen?
Piron: Noch vor etwa 15 Jahren war erfolgreich, wer komplizierter Teile produzierte, die niemand anderes herstellen konnte. Ausschussrate, Produktpreis, Lieferfristen, all das zählte nicht. Sicher, eine Art Qualitätsbegriff existierte damals auch, aber um zwei Teile auszuliefern wurden eben acht von zehn Teilen verworfen. Heute müssen wir in allen Disziplinen erstklassig sein. Das ist wie in der Formel 1: Man kann über die besten Mitarbeiter, die besten Ingenieure, unbegrenzte Budgets und den besten Fahrer verfügen. Wenn dann aber genau beim Boxenstopp im Rennen der Radwechsel 7,6 statt 4,4 s dauert, hat man verloren. Unsere Abnehmer messen uns an einer Alles-oder-nichts-Skala. Wir müssen pünktliche, vollständige und fehlerlose Lieferungen garantieren. Doch der Wettbewerb wird härter, weil immer mehr Firmen diesen Ansprüchen gerecht werden. Das Niveau bei CMSI ist auch im Vergleich dennoch sehr gut. Chanel beispielsweise benotet alle seine Lieferanten nach einer strengen Skala. Und wir sind nicht nur einer der drei größten Zulieferer für Chanel – inklusive des Zulieferers für Glasverpackungen – sondern auch derjenige mit der besten Note.

Plastverarbeiter: Die Produktentwicklung ist bei dekorativen Verpackungen ein wesentlicher Bestandteil. Wie läuft die Entwicklung mit diesen anspruchsvollen Kunden ab?
Piron: An den Produkten arbeiten wir in der Tat gemeinsam, jedes Produkt für sich ist eine Innovation. Unsere Kunden wollen sich voneinander abgrenzen, selbst wenn es sich um klassische Produkte handelt, so dass eine wirklich ausgeklügelte Verpackung eine große Rolle spielt.
Kiesl: Das Verpackungsdesign wird vom Kunden vorgegeben, die technische Realisierung übernimmt CMSI. Ein gutes Beispiel hier ist Kenzo, die fast bei jedem Produkt ein sehr komplexes Design haben. Und die Herstellung der Teile kann unter Umständen wesentlich schwieriger sein, als der Entwurf, die Skizze es erwarten lässt.

Plastverarbeiter: Wenn Sie Ihr Geschäft mit dem eines Automobilzulieferers vergleichen, wo liegen die Unterschiede generell und vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise?
Piron: Ich kann Ihnen sogar persönlich beide Blickwinkel bieten. Seit Anfang des Jahres führe ich auch das Unternehmens SR2P, ebenfalls ein Unternehmen der Texen-Gruppe und Automobilzulieferer. Die Automobilbranche war durch die Krise als Erste und besonders im Oktober letzten Jahres betroffen. Seither geht es langsam wieder aufwärts, die Zeichen stehen auf Erholung. In der Kosmetikbranche war CMSI später betroffen. Daher wird auch der Aufschwung etwas auf sich warten lassen. Doch wir wissen schon heute, dass das Jahr 2010 gut werden wird. Dies hat nichts mit der Wirtschaftskrise zu

für die nächsten zwanzig Jahre eine ganze Produktserie revolutionieren", begeistert sich Piron, will aber leider nicht mehr darüber erzählen ...

Christine Koblmiller ■

KONTAKT

Jean-Michel Piron, Geschäftsführer, CMSI,
Attignat/Frankreich,
jmpiron@texenpartner.com

Billion, Oyonnax/Frankreich
Halle B3, Stand 3207

tun, sondern ist bedingt durch viele Produktneueinführungen. Ungefähr 30 Prozent unseres Umsatzes verdanken wir Jahr für Jahr den Markteinführungen unserer Kunden. Das bedeutet aber im Umkehrschluss, dass wir Jahr für Jahr 30 Prozent unseres Umsatzes an Neuentwicklungen oder neuen Aufträgen benötigen, da unser Unternehmen andernfalls innerhalb von drei Jahren stirbt. Diese Volatilität des Umsatzes existiert so nur in unserer Branche, nicht im Automobilbereich. Schon die Produktentwicklungszeiten sind dort wesentlich länger: drei Jahre im Vergleich zu etwa sechs Monaten bei den Kosmetikverpackungen. Auch die Produktion im Automobilsektor ist sehr linear.
Kiesl: Im Automobilbau sind hier auch die Plattformtechnologien entscheidend. Wenn ein Teil in verschiedenen Modellen eingesetzt wird, lassen sich Nachfrageschwankungen eher kompensieren. In der Kosmetikindustrie entscheidet der Konsument sehr schnell und unmittelbar mit den Füßen.

Plastverarbeiter: Welche Rohstoffe verarbeiten Sie?
Piron: Wir müssen sehr viele verschiedene Rohstoffe verarbeiten – momentan etwa 200. Im Massenmarkt werden in einem anderen Unternehmen unserer Gruppe für Kosmetikverpackungen PP und PE eingesetzt. Beide Materialien sind chemisch resistent und haben gute Barriereeigenschaften. Wir arbeiten hingegen viel mit SAN oder ABS, wobei es möglich ist, dass ein Typ SAN sich mit einer bestimmten Rezeptur oder einem bestimmten Parfum nicht verträgt. Wechselt man dann den Rohstoffhersteller, so ist es gut möglich, dass dieser Rohstofftyp kompatibel ist. Ein besonderes Material ist Surlyn von Dupont, das fast ausschließlich in der Kosmetikbranche eingesetzt wird. Es ist transparent wie Glas, selbst bei großen Wandstärken.

Plastverarbeiter: Gibt es Analogien zur Pharmabranche, zum Beispiel bei den Reinheitsanforderungen oder Lieferverpflichtungen der Rohstoffhersteller?
Piron: Nein. Wir sind im Vergleich zu unseren Lieferanten und Abnehmern ein kleines Unternehmen . Wenn einer der großen Rohstoffhersteller eine Materialreferenz einstellt, dann ist es eben so. Wir haben das schon erlebt – und es wirkt sich sehr nachteilig aus. In Analogie zur Pharmabranche müssen wir nur die Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe per Dokumentation sicherstellen. Doch auch Anforderungen an die Sauberkeit werden strenger. ■