

# Pawi stärkt seine Standorte

Pawi investiert 10 Mio. Euro in ein neues Produktionswerk in Deutschland, 35 Kilometer vom Hauptsitz in Winterthur entfernt. Gleichzeitig schliesst die Firma ihr zweites Schweizer Werk in Lenzburg. Interview mit CEO Andreas Keller und Ivo Forster, Leiter Marketing, über Gründe und Ziele für den Um- und Ausbau.

Die Kartonverarbeiterin Pawi Verpackungen AG wird umgebaut. Das Auslandswerk der Firma, die 2012 übernommene Faltschachtelfirma Lago Print GmbH in D-Rielasingen unweit der Grenze, wird in ein neues Werk umgesiedelt. Das neue Werk der Firma, die in Pawi Packaging GmbH umbenannt wurde, liegt nahe des alten Standortes im Gewerbegebiet Tiefenreute der Stadt Singen. Der Produktionsstart ist für 1. November geplant. Keine Zukunft hat dagegen das zweite Schweizer Werk in Lenzburg. Pawi informierte Anfang Jahr, dass sie aus dem Produktionszweig Menüschalen aussteigt. Der zugehörige Produktionsstandort wurde im Mai geschlossen, die Liegenschaft verkauft. Die 17 betroffenen Mitarbeitenden werden in der Stellensuche unterstützt. Für einige wurde eine Anschlusslösung gefunden.

**Pack aktuell:** Pawi hat sich mit einem Auslandsengagement Zeit gelassen. Erst 2012 wurde eine Firma im Ausland gekauft. Andere Schweizer Faltschachtelfirmen waren schneller.

**Andreas Keller:** Die Wechselkursentwicklung war der Auslöser, dass wir uns grundsätzliche Fragen zur Ausrichtung unserer Firma gestellt haben. In den drei Jahren zwischen 2008 und 2011 ist der Euro-Franken-Kurs von über 1,60 auf Parität abgesunken. Nach dieser dramatischen Euroabwertung haben wir unsere Situation analysiert und 2011 entschieden, im Ausland zu investieren, wo die Produktionskosten niedriger sind. Uns war von Anfang an klar, dass wir nicht wie andere Branchenfirmen in Länder wie Polen oder Tschechien investieren wollten, sondern im benachbarten Ausland. Wir wollten unsere Managementkapazitäten nicht verzetteln. Ausserdem sind wir überzeugt, dass wir die Einhaltung unseres Qualitätsniveaus so besser sichern können. Der Entscheid führte 2012 zur Übernahme der Lago Print in D-Rielasingen, 35 Kilometer von Winterthur entfernt. Dass dieser Entscheid richtig war, zeigte sich spätestens beim Nationalbankentscheid im Januar.



**Andreas Keller,**  
**Geschäftsführer**



**Ivo Forster, Leiter**  
**Marketing und Verkauf**

*Ebenfalls im Januar haben Sie mitgeteilt, dass Sie Ihr zweites Schweizer Werk schliessen. Kurz zuvor fand der Spatenstich für den Neubau des deutschen Standortes statt. Fast zeitgleich Ausbau im Ausland und Abbau im Inland: Wie wichtig ist der Standort Schweiz noch für Sie?*

**Andreas Keller:** Wir sind und bleiben ein Schweizer Unternehmen. Der Abbau in Lenzburg ist eine Massnahme, um die Firma als Ganzes fokussierter auszurichten und den Standort Schweiz zu sichern. Das Werk Lenzburg produziert Menüschalen. Diese werden überwiegend in den Euroraum verkauft. Die Margen stehen sehr unter Druck, eine Weiterentwicklung des Geschäftes ist nicht möglich. Zudem funktioniert das Schalengeschäft anders als unser Hauptgeschäft Faltschachteln. Eine zu starke Diversifikation können wir uns in der aktuellen Situation nicht mehr leisten. Wir haben entschieden, aus dem Schalengeschäft aus-

zusteigen, bevor wir dort Geld verlieren, und uns auf unser Hauptgeschäft Faltschachteln zu konzentrieren und dieses auszubauen.

*Der Ausbau erfolgt in Deutschland. Was bleibt für den Hauptsitz Winterthur?*

**Andreas Keller:** Winterthur wird als unser Standort für die Herstellung hochwertiger, hoch veredelter Faltschachteln ausgebaut und gestärkt. Auch dort haben wir investiert, und zwar in den Digitaldruck und in die Veredelung. In Winterthur wird weiterhin das gesamte Sortiment für das Bäckerei- und Konditor-Gewerbe sowie Brotbeutel hergestellt. In Singen werden wir die Herstellung von einfacheren Verpackungen für Lebensmittel konzentrieren. Dabei kommt uns zugute, dass wir den Standort komplett neu bauen, komplett mit neuen Maschinen ausstatten und so optimal auf eine rationelle Produktion ausrichten können. Der Faltschachtelmarkt ist zweigeteilt, einerseits in einfachere Verpackungen, die in grösseren Auflagen hergestellt werden, andererseits in höherwertige, veredelte Verpackungen, die in Optik und Haptik optimiert sind. Wir werden unsere beiden Werke auf je einen dieser Bereiche spezialisieren.

*Ein Neubau auf der grünen Wiese mit optimalen Betriebsabläufen, dazu ein komplett neuer Maschinenpark. Das heisst, dass die Produktionskapazität in Deutschland massiv steigt. Wie wollen Sie die Maschinen füllen?*

**Ivo Forster:** Aus Deutschland haben wir zuletzt kaum noch Anfragen erhalten. Die Schweiz gilt dort heute als teuer. Schweizer Verpackungsfirmen werden nur noch sporadisch in eine Evaluation einbezogen. Allein schon die Ankündigung, dass wir in Deutschland investieren, hat das geändert. Unsere Gesprächspartner dort würdigen sehr, dass ein Schweizer KMU in Deutschland investiert. Zudem befindet sich unser deutscher Standort im wirtschaftlich attraktiven Dreiländereck der Bodenseeregion mit

## Fakten zum neuen Werk

Grundstücksfläche 16000 m<sup>2</sup>, davon 8000 m<sup>2</sup> überbaut (Rest Baulandreserve), Produktion und Lager 5000 m<sup>2</sup>, Hochregallager mit 1600 Palettenplätzen. Maschinenausstattung: Druckmaschine Heidelberg XL 106 mit Lackwerk, Format 75 x 106 cm, zwei Stanzmaschinen Bobst, zwei Klebemaschinen Bobst und Heidelberg, Fensterklebemaschine, Tray-Aufrichter.

## Pawi im Überblick

Die Pawi Verpackungen AG wurde 1960 gegründet. Das Familienunternehmen wird von Andreas Keller in zweiter Generation geführt. Pawi erzielte 2014 einen Umsatz von 48 Mio. Franken und beschäftigte in ihren Werken Winterthur, Lenzburg und D-Rielasingen 260 Personen, davon 50 am deutschen Standort. Hauptprodukte sind Lebensmittel-Faltschachteln mit Konzentration auf Schokolade, Süßwaren und industriell hergestellte Backwaren, zum kleineren Teil auch Produkte für Nischenmärkte im Non-Food-Bereich. Zudem produziert die Firma Verpackungen für das Bäckerei- und Konditoreigewerbe und ist einziger verbliebener Schweizer Hersteller von Brotbeuteln. (www.pawi.com)

vielen aktiven und innovativen KMU. Insofern treffen wir dort auf ein günstiges Klima für einen Ausbau des Geschäftes.

**Andreas Keller:** In Deutschland erwarten wir ein überdurchschnittliches Wachstum und planen mit einer Umsatzverdoppelung bis ins Jahr 2020. Das ist in einem weitgehend gesättigten Markt eine grosse Herausforderung. Nebst einem hohen Servicegrad erwarten die Kunden, wie bereits erwähnt, wettbewerbsfähige Preise. Die Synergien zwischen den Standorten in Deutschland und der Schweiz sowie die komplett neue und rationelle Produktion werden es ermöglichen, diese Ansprüche zu erfüllen. Es braucht aber noch weitere gute Argumente.

**Ivo Forster:** Die Stichworte sind Ökologie, Lebensmittelsicherheit und Flexibilität. Immer mehr Firmen in der abpackenden Industrie veröffentlichen Nachhaltigkeitsberichte und wollen dabei Öko-Fortschritte nachweisen. Das gelingt nur, wenn die Lieferanten mitziehen. Wir sind ein solcher Lieferant, unser Standort ist ökologisch optimiert. Unter anderem werden wir mit Solarzellen 60 Prozent des Stroms selbst produzieren. Unsere neue Druckmaschine ist klimaneutral gestellt. Der Forderung nach Lebensmittelsicherheit entsprechen wir in einem Umfang, der uns einen Vorsprung sichert. So wird die Druckmaschine von Anfang an mit migrationsfreien Farben auf Basis Pflanzenöl

betrieben. Kreuzkontaminationen mit herkömmlichen Druckfarben sind ausgeschlossen. Das Betriebsgelände ist eingezäunt. Der Zugang zur Produktion ist nur über Schleusen möglich. Eingehende Ware wird auf Kunststoffpaletten umgeladen. In die Produktion kommt kein Holz. Dies gewährleistet höchste Sauberkeit. Bei den Preisen werden wir konkurrenzfähig sein, bei den Faktoren Ökologie, Lebensmittelsicherheit und Flexibilität erwarten wir einen Vorsprung und dadurch eine insgesamt starke Wettbewerbsposition. Unsere Einschätzung wird in der Realität bestätigt. Seit 6 – 9 Monaten erhalten wir Aufträge von neuen Kunden aus der Industrie. **Interview: Joachim Kreuter**

**LIVE ENTDECKT**  
Vielfalt als klare Taschensprache.

PACKAGE-LINE  
unverwechselbar.  
aussergewöhnlich.

PACKAGE-LINE GmbH, CH-9247 Henau SG  
+41 71 955 66 66, package-line.ch

www.l-lemmon.ch

## GIKO flexible Verpackungen

Außergewöhnliches. Für uns ganz normal.

DER SPEZIALIST, FÜR KOMPLEXE VERBUNDLÖSUNGEN.  
DER SPEZIALIST, FÜR DIE SCHNELLSTEN UMSETZUNGEN.  
DER SPEZIALIST, FÜR JEDE AUFTRAGSGRÖSSE.

DER ÖSTERREICHISCHE NAME FÜR VERLÄSSLICHKEIT.

WWW.GIKO.AT



**GIKO**  
AUSSERGEWÖHNLICHES.  
FÜR UNS GANZ NORMAL.