

# WIRTSCHAFT

AN MAIN UND KINZIG

## Der grüne Fußabdruck

Viele Firmen und Betriebe sind für eine nachhaltige Unternehmensführung unterwegs



Eigentlich hätten wir die ganze Ausgabe des aktuellen WIRTSCHAFT AN MAIN UND KINZIG unter die Überschrift „Nachhaltigkeit“ stellen können – so viele Geschichten haben wir bei unseren Recherchen entdeckt. Da ist zum Beispiel eine Hanauer Firma, die die Voraussetzungen für nachhaltigen Städtebau schafft; Wagyu-Fleisch aus Freigericht, ein hochwertiges Lebensmittel direkt aus der Region, oder die Eierkartons der Zukunft, die Studierende der Brüder-Grimm-Berufsakademie kreiert haben. Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und einen guten Rutsch in ein gesundes und natürlich nachhaltiges 2020!

Fotos: Jenny Sturm – stock.adobe.com / Mike Bender (3) / Fraunhofer IWKS (1)



### Neues aus der Nachbarschaft

Die Maschinenfabrik Wüstwillenroth in Birstein hat es geschafft, sich von den Schwankungen bei der Automobilindustrie unabhängig zu machen. Ihr Rezept: hochspezialisierte Maschinenteile in überschaubarer Stückzahl statt Massware. **Seiten 4 und 5**



### Schwerpunkt: Nachhaltigkeit

Nachhaltige Unternehmensführung hat viele Facetten. Sie reicht von Solarmodulen auf dem Dach bis hin zu Fairtrade-Kaffee für die Mitarbeiter. Die Fraunhofer-Einrichtung für Wertstoffkreisläufe etwa forscht für besseres Recycling unter anderem für die E-Mobilität. **Seite 7**



### Entscheider und Erfolge

Das Wellpappenwerk Smurfit Kappa beliefert weltweit Konzerne mit Display-Verpackungen. Das Unternehmen ist die Nummer eins in Europa für papierbasierende Verpackungen. Das Hanauer Werk hat sich auf besonders hochwertigen Druck spezialisiert. **Seite 18**



### Leben mit Stil

Die Dreiturm GmbH in Steinau ist Deutschlands älteste noch existierende Seifenfabrik und produziert in ihren denkmalgeschützten Gebäuden von Sonnenmilch bis zum Duschgel 70 Millionen Einheiten pro Jahr, aber auch Reinigungsmittel – das zweite Standbein. **Seiten 20 und 21**





Ein Produkt, jede Menge Ideen und ganz viel Mehrwert gab's beim Eierkarton-Projekt der Brüder-Grimm-Berufsakademie.



# Hier kommt das Ei groß raus

Vom virtuellen Hühnerhof bis zum Mini-Stempel im Eierkarton: Firma Hartmann gibt bei der Berufsakademie ein besonderes Projekt in Auftrag

Von Yvonne Backhaus-Arnold

Eierkartons sind in der Regel ja eine langweilige Angelegenheit. Nach dem Auspacken landen sie meistens im Müll und die Eier im Kühlschrank. An der Brüder-Grimm-Berufsakademie (BGBA) erlebt das schöne Transport- und Aufbewahrungsmittel gerade eine Renaissance. Mit Mehrwert.

Aber von vorn: Dass Studium auf Wirtschaft trifft, ist eher die Ausnahme als die Regel. Für Dozenten ist es mindestens genauso besonders wie für die Studierenden. Beides zu verbinden, ist eines der wichtigsten Ziele der BGBA. Beim Blick auf den Stundenplan sieht man das schnell. Kooperationsprojekte mit „echten“ Kunden gibt es hin und wieder auch an der BGBA in Hanau. Vor vier Jahren hat Ariane Schwarz hier zum ersten Mal gemeinsam mit ihren Studenten am Eierkarton der Zukunft gearbeitet. Der Auftraggeber jedenfalls scheint so zufrieden gewesen zu sein, dass er in diesem Jahr unter dem Titel „Active & Intelligent Packaging“ Projekt Nummer zwei und 1500 Euro Preisgeld für die drei besten Ideen auslobte.

Wir treffen Professorin Ariane Schwarz im Besprechungsraum der Berufsakademie. Seit sechs Jahren ist die Frankfurterin Do-

zentin für Design Marke an der BGBA. Auftraggeber der beiden Projekte war die Firma Hartmann Verpackung, einer der führenden Faserformhersteller Europas mit Sitz in Eschborn. Das Unternehmen ist nicht nur auf die Herstellung von Eierkartons spezialisiert, sondern auch auf deren Vermarktung gemeinsam mit den Eierproduzenten.

„Nun ist es ja so, dass es das Produkt – nahezu unverändert – schon seit Jahrzehnten gibt“, erklärt Schwarz und schmunzelt. Dennoch gehe es auch in diesem Segment um Differenzierung, Mehrwert und ein verbessertes Einkaufserlebnis. Während sich das erste Projekt um neue Formen des Eierkartons drehte, sollte es diesmal um deren Weiterentwicklung insbesondere auch um das Label als Schnittstelle zum Verbraucher gehen. Active. Intelligent. Smart. Und nachhaltig – also mit einem Zusatznutzen

über die reine Verpackung hinaus. „Und das natürlich mit dem frischen Blick der jungen Generation“, so Schwarz.

Im August startete das Projekt. 15 Studenten – Designmanager und Projektgestalter im 5. Semester – kamen im Modul „Markendesign“ in sieben Gruppen zusammen. Zwei von ihnen waren Franziska Zinn aus Wetzlar und Nina Leyendecker aus Koblenz. Sie studieren an der Brüder-Grimm-Berufsakademie: Zinn Produktgestaltung, Leyendecker Designmanagement. Die beiden 24-Jährigen absolvieren ein so genanntes ausbildungsintegriertes duales Studium. Dabei wechseln sich akademische Phasen und Phasen der Ausbildung – hier der zur Goldschmiedin an der Zeichenakademie – ab. In sieben Semestern wird so nicht nur der Bachelor erreicht, sondern auch ein Berufsabschluss mit Kammerprüfung absolviert.

Nach dem Kick-off-Meeting in Eschborn, bei dem technische Experten und Mitarbeiter aus den Bereichen Sales und Marketing ins Thema einführten, hieß es für Zinn, Leyendecker und ihre Kommilitonen, sich ins Thema einzulesen und einzuarbeiten. „Die Studenten haben einen Store

Check gemacht, sich angeschaut, wie genau die Kunden ihre Eier kaufen“, erklärt Schwarz. Das Thema Verpackung wurde außerdem von einem Verpackungstechniker im Unterricht beleuchtet. Anschließend besuchte die Gruppe die Fach-Pack, Deutschlands größte Verpackungsmesse in Nürnberg.

Nach den Grundlagen ging es ans Ideenspinnen, bündeln und umsetzen. Nach zehn Wochen Projektlaufzeit und einer Zwischenpräsentation in Hanau konnten die sieben Teams 25 Ideen präsentieren, vier wurden schließlich von Hartmann prämiert. Zinn und Leyendecker sind mit einem ihrer Entwürfe auch auf dem Treppchen gelandet. „Über den dürfen wir aber nicht sprechen“, erklären die Studentinnen, die immer noch ziemlich stolz sind auf die Kürung. Dem Kunden „gehören“ die Ideen zunächst für sechs Monate, danach sind sie wieder „frei“ und die Studenten können sich damit zum Beispiel für Designpreise bewerben.

Mit Blick auf die Mitbewerber darf die Dozentin nur so viel ver-

raten: Der erste Platz hat eine soziale Aktion mit dem Eierkarton kombiniert. Platz Nummer zwei teilen sich zwei Entwürfe. Der eine ist eine saisonale Verpackung mit Zusatznutzen, der andere hat das Thema Mehrwert für den Frühstückstisch in den Blick genommen. Platz Nummer drei war eine rein digitale Weiterentwicklung, die eine achtsame Verwendung von Lebensmitteln im Fokus hat. Die Ideen der Nicht-Gewinner hat Ariane Schwarz für das Gespräch auf einem Tisch ausgebreitet: eine zeigt einen Direktdruck auf der Verpackung, also die Lage des Hofes auf einer Landkarte, ein anderes beinhaltet Kresse-Samen, die nach dem Kauf in den (Eier)Körbchen ausgesät werden können, eine dritte Idee gewährt via Augmented Reality Einblicke in den Hühnerhof, von dem die Eier stammen.

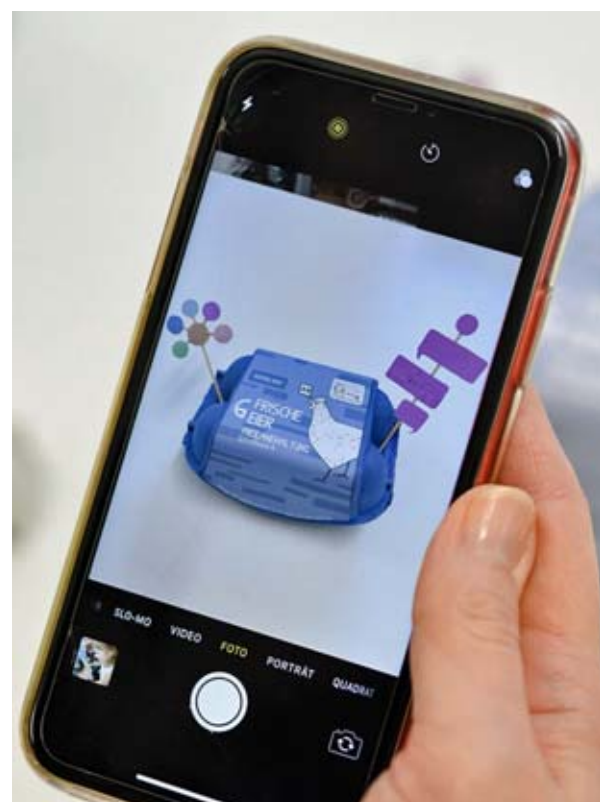
## Siegerentwürfe sind sechs Monate geheim

Zinn und Leyendecker haben mehrere Ideen eingereicht. Eine, die nicht prämiert wurde, aber dennoch innovativ ist und Herz hat, ist ein Eierkarton mit integrierten Mini-Stempeln. „Wir finden Osterreier toll“, erklärt Nina Leyendecker die Idee, „und

finden es irgendwie schade, dass das nur auf Ostern beschränkt ist.“ Die Stempel befinden sich auf den Zwischenräumen des Kartons. Das gekochte Ei wird darüber gerollt – fertig. „Das interaktiv und bietet einen Mehrwert“, sagt Franziska Zinn, „und es macht den Frühstückstisch schöner.“

Ende Oktober ist das Projekt zu Ende gegangen. Als Überraschung rund um die Abschlusspräsentation gab's für die ganze Gruppe eine Einladung nach Rotterdam, mit Führung durch die größte Etikettendruckerei Europas, einem Abendessen in 100 Metern Höhe, einer Stadtrundfahrt und einem Ausflug im Motorboot. „Unser Projektpartner wollte uns überraschen“, sagt Ariane Schwarz und ergänzt, „das ist ihm gelungen.“

Was mit den vier prämierten Ideen geschieht, liegt nun in den Händen der Firma. Egal, ob ihre Idee nun umgesetzt wird oder nicht, das Fazit der beiden Studentinnen ist durchweg positiv: „Der Praxisbezug war groß. Und die Erfahrungen, die wir im Projekt gemacht haben, waren super.“ Ariane Schwarz nickt: „Es fühlt sich einfach anders an als der 'normale' Studienalltag.“



Augmented Reality: Wer sein Smartphone über diese Verpackung hält, erfährt mehr über Huhn und Hof.



Viel mehr als nur ein Eierkarton: Professorin Ariane Schwarz (Mitte) freut sich, dass die Projektidee der Studentinnen Franziska Zinn (links) und Nina Leyendecker so gut angekommen ist. Fotos: Mike Bender