

Smart Matching

Bestens vernetzt für den Verpackungseinkauf

Funktioniert digitales Matchmaking auch bei der Suche nach der passenden Produktverpackung? Die Antwort liefert ein Berliner Start-up mit einem neuen Einkaufstool, das Produzenten und Packmittelhersteller einfach und schnell miteinander verbindet.

Wie optimiere ich die Beschaffung meiner bestehenden Produktverpackung, bzw. wie finde ich den passenden Lieferanten für eine neue Verpackung? Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen kann dies angesichts der Vielzahl an unterschiedlichsten Anbietern zu einer zeit- und personalaufwendigen Herausforderung werden. Hier die Prozesse zu vereinfachen und vor allem zu beschleunigen, hat sich das Berliner Start-up Packmatic auf die Fahnen geschrieben, denn, so Geschäftsführer Jonas Boland: „Bei allein über 600 Folienlieferanten in Europa ist es für ein einzelnes Unternehmen schier unmöglich, den Überblick zu behalten.“ Dabei ist der Unternehmensname Programm, verbindet er doch die beiden Bereiche Packaging und Automation. Auf einer speziell auf den Verpackungsmarkt zugeschnittenen B2B-Plattform verknüpft Packmatic Produzenten und Packmittelanbieter miteinander. Das Konzept überzeugt: Wurde das Anfang des Jahres aufgelegte Start-up zunächst von den Gründern Jonas Boland und Matthias Geiß mit Eigenmitteln finanziert, haben mittlerweile die Gründer anderer namhafter Digitalunternehmen wie Zalando oder HelloFresh, aber auch der Finanzinvestor HV Capital einen mittleren einstelligen Millionenbetrag in das aufstrebende Unternehmen investiert.

Digitale Vernetzung für den Geschäftsabschluss

Das Geschäftsmodell beruht auf einem „Smart Matching“. Auf der einen Seite steht die Kundensuche nach der optimalen Verpackung, auf der anderen Seite die Angebote zahlreicher Packmittellieferanten. Um in einem automatisierten Prozess beide Seiten bestmöglich abzugleichen, ist eine Spezifikation der gesuchten Verpackung erforderlich. Hier bietet Packmatic den Kunden eine lieferantenneutrale Beratung durch seine Verpackungsingenieure an. Dabei wird in einem ersten Schritt der Status quo ermittelt und konkrete Ziele (z. B. Erhöhung der Recyclingfähigkeit, CO₂-Reduktion, Preisoptimierung, Anwendungsoptimierung) für die gesuchte Verpackung definiert. In einem zweiten Schritt erarbeiten die Packmatic-Berater gemeinsam mit den Kunden die Zielspezifikation der Verpackung. Sie stellt die Grundlage für das dann folgende automatisierte Smart Matching mit dem Lieferantennetzwerk dar. Zwar unterstützt Packmatic die Einkäufer auf der Kundenseite bei der Identifikation aller relevanten Lieferanten, es können aber auch individuelle Anforderungskriterien wie beispielsweise regionale Nähe des Packmittellieferanten zum Produzentenstandort berücksichtigt werden. Aber auch wenn Kunden die Spezifikation ihrer bestehenden Verpackung nicht ändern wollen, können sie mit Packmatic mehr Transparenz bezüglich Lieferanten und Preise erzielen. Selbst Unternehmen mit sehr professionellem Verpackungseinkauf profitieren von Smart Matching. „Die Erfahrung zeigt, dass unser Tool eigentlich jedem Kunden hilft, bessere Einkaufsergebnisse zu erzielen – auch sehr erfahrenen Verpackungseinkäufern“, erklärt Packmatic Gründer Geiß.

Attraktiver Vertriebsweg für Lieferanten

Für Lieferanten stellt Packmatic einen digitalen Vertriebskanal dar, der hoch spezifische Anfragen passend zu den individuellen Produktionsfähigkeiten generiert. Hierfür hat Packmatic je nach Produktkategorie standardisierte Templates entwickelt, welche die Angebotserstellung deutlich vereinfachen und beschleunigen. Zugleich erhalten die Lieferanten aufgrund der Smart-Matching-Technologie nur solche Aufträge, die mit einer sehr hohen Wahrscheinlichkeit erfolgreich abgewickelt werden können. Derzeit sind rund 70 Lieferanten auf der Plattform des Start-ups vertreten. Mit starker Wachstumstendenz, denn das Modell kommt auch auf der Lieferantenseite gut an. Das zeigten, so Boland, auch die Gespräche auf der diesjährigen Fachpack mit diversen Packmittelanbietern: „Viele Lieferanten sind sehr von dem Potenzial unserer digitalen Plattform überzeugt und möchten gemeinsam mit uns in den kommenden Jahren wachsen.“

Das junge Unternehmen will bis Ende des Jahres mehr als 100 Lieferanten auf der Plattform haben. Alle Lieferanten werden vorab auf Kriterien wie Qualität, Produktionskapazitäten, Verlässlichkeit und Termintreue hin geprüft. Und es werden insbesondere Lieferanten aufgenommen, die innovative und nachhaltige Lösungen anbieten. Aktuell entwickelt man zudem ein Rating für Bestandslieferanten.

Kommunikationsplattform inklusive

Die Plattform ermöglicht eine effiziente Kommunikation zwischen Packmatic, den Kunden und den Lieferanten. Missverständnisse und Fehler werden deutlich reduziert. Packmatic bietet mit seiner digitalen Plattform zudem ein Onlinetool an, in dem alle Spezifikationen und Verpackungsprodukte sowie die gesamte Kommunikation zwischen Kunden und Lieferanten zentral und sicher für die Zukunft abgelegt werden können. Weitere Features wie eine Liveanzeige des Warenbestands bei den Lieferanten und Nachbestellung mit wenigen Klicks werden, so Boland, schon mit ersten Kunden und Lieferanten pilotiert.

Schnell und smart gematcht

Entscheidender Vorteil des automatisierten Matchmakings über Packmatic ist die Geschwindigkeit, mit der erste Anfragen bis hin zur schlussendlich eingekauften Verpackung abgewickelt werden können. Das liegt vor allem am angeschlossenen Lieferantennetzwerk. Binnen weniger Tage können passende Lieferanten verbindliche Angebote abgeben und das angebotene Material kann auf den Maschinen der Kunden getestet werden.

Beispielhaft für den Packmatic-Prozess ist die Anfrage eines Confectionary-Kunden, der seine bisherige Verbundverpackung aus Papier und Aluminium für eine Kaugummi-Produktreihe ersetzen wollte, aber den Abpackprozess nicht ändern konnte. Die gesuchte neue

Verpackung sollte also auf den vorhandenen Verpackungsmaschinen verarbeitbar, zugleich aber recycelbar sein und eine ausreichende (wenn auch geringere) Barriere als die bisherige Verpackung bieten. Zudem musste ein besonderes Augenmerk auf die Faltbarkeit des Materials gelegt werden, auch dass zum Siegeln außen eine Heißsiegelmaske aufgetragen wird, sollte berücksichtigt werden. Mittels der Smart-Matching-Technologie von Packmatic wurden die passenden Lieferanten aus dem Netzwerk kontaktiert. Drei Lieferanten haben binnen fünf Werktagen ihre Angebote über die Plattform zurückgespielt und konkrete Lösungsansätze direkt bemustert. Nach einem Stresstest im Klimaschrank hat die Qualitätsabteilung des Kunden zwei Materialien freigegeben. Ein Material konnte die Anforderungen nicht erfüllen, das zweite schon. Nachdem auch eine technische Freigabe der Testrollen bezüglich Maschinengängigkeit erfolgte, wurde über die Plattform ein Erstauftrag mit bedruckter Ware über mehrere Hunderttausend Laufmeter platziert. Besonders angetan war man auf Kundenseite von der reibungslosen Kommunikation über die Plattform, auf der jeder Prozessschritt verfolgt werden konnte, und dem damit verbundenen zügigen Erfolg des Projekts. Der vermittelte Lieferant konnte einen Neukunden gewinnen.

Jonas Boland ist überzeugt, dass der Anteil am Neu-, aber auch Bestandskundengeschäft, der über digitale Plattformen abgewickelt

wird, weiter steigen wird. Das hier schlummernde Potenzial werde aktuell noch gar nicht erkannt. „Industrie und Einkauf 4.0 werden auch an der Verpackungsbranche nicht vorbeigehen und zu einer tiefgehenden Transformation führen. Verpackungen werden in zehn Jahren grundlegend anders eingekauft und vertrieben werden als heute. Unser Modell bietet für Kunden und für Lieferanten enorme Vorteile – und wir möchten damit beiden Seiten helfen, das volle Potenzial der Digitalisierung im Verpackungsbereich zu nutzen“, ergänzt Matthias Geiß. ■

>> www.packmatic.io

Smart tool for Packaging procurement

The start-up enterprise Packmatic offers a B2B platform on which producers and the manufacturers of packaging material can simply and quickly be linked to each other. Predefined packaging requirements are matched with the offerings of a connected supplier network via a Smart-Matching process. The tool can be utilised to achieve better purchasing results for new, respectively modified packaging and for the cost optimisation of existing packaging.

„Verpackungen werden in zehn Jahren grundlegend anders eingekauft und vertrieben werden als heute.“



Packmatic ist Anfang des Jahres von Matthias Geiß (re., Geschäftsführung), Jonas Boland (2. v.l., Geschäftsführung), Paul Schraven (li., Produkt und Technologie) und Tobias Linnardi (2. v.r., Packaging) ins Leben gerufen worden, um mehr Transparenz in die europäische Lieferantenlandschaft zu bringen.