

»Wir möchten Lebensmittelverpackungen sicherer machen«

ANSGAR WESSENDORF sprach mit KARSTEN SCHRÖDER, *Innoform Coaching*, über bewährte Konzepte und neue Ansätze

Als Teil der Unternehmensgruppe *Innoform* führt *Innoform Coaching GbR* seit 2001 Seminare, Workshops sowie Fachtagungen im Bereich der Herstellung, Verarbeitung und Qualitätssicherung von Folienverpackungen für Lebensmittelanwendungen durch. Bitte erläutern Sie unseren Lesern Philosophie, Struktur und Aktivitäten der Unternehmensgruppe.

KARSTEN SCHRÖDER: Das gemeinsame Motto für *Coaching*, *Testservice* und *Consulting*, die drei Tätigkeitsbereiche von *Innoform*, könnte lauten: »Wir möchten Lebensmittelverpackungen sicherer machen« Im Bereich *Coaching* legen wir den Schwerpunkt hauptsächlich auf die Verbreitung und Vertiefung von Fachwissen über Folien für Verpackungszwecke. Hierzu bieten wir Seminare, Workshops sowie Fachtagungen an. Die Formate unterscheiden sich in Zielgruppe und Inhalt. Die Tagungen sind hauptsächlich ausgerichtet auf Fortgeschrittene und Repräsentanten der Führungsebene mit technischem Hintergrund. Demgegenüber sind unsere Seminare und Workshops didaktisch so aufgebaut, Branchenein- und -aufsteigern schnell die wichtigsten praxisrelevanten Inhalte zu vermitteln.

Der Bereich *Testservice* bildet sozusagen das Fundament des Unternehmens. Unabhängig von den eingesetzten Methoden bieten wir Si-

cherheit durch Prüfergebnisse aus unserem akkreditierten Labor. Obwohl dies hauptsächlich für die Hersteller von Folien von Interesse ist, so stoßen zunehmend auch Abpacker aus der Lebensmittelindustrie zu dieser klassischen Klientel hinzu. Schwerpunkte der Tätigkeit sind neben Permeationsmessungen vor allem mechanische und thermische Prüfungen sowie die Materialanalytik und Konformitätsprüfung mit lebensmittelrechtlich vorgeschriebenen Grenzwerten so beispielsweise die Migrationsprüfung.

Der im Januar 2010 ausgegründete *Consulting* Bereich ist auf partnerschaftliche Beratung auf dem Gebiet der Konformitätsgutachten ausgerichtet. Dabei kann es sich um rechtliche Vorgaben, anwendungstechnische Fragen zum Thema Verarbeitung sowie Stoffbewertungen handeln. Letztere dienen den Lieferanten von Roh- und Hilfsstoffen zur Abschätzung der lebensmittelrechtlichen Eignung von Kunststoffen für Verpackungszwecke.

Welche Bedeutung messen Sie dem Medium Fachzeitschrift bei der Informationsvermittlung und Kommunikation innerhalb der Industrie der Folienverpackungen für Lebensmittel bei?

KARSTEN SCHRÖDER: Fachzeitschriften in gedruckter Form sind wichtige Informationsquellen und aus unserem Geschäftsalltag gar nicht wegzudenken. Sie werden ergänzt durch die neuen Medien wie Internet, Podcast oder Video-Podcast. Ein bedauerlicher Nachteil gedruckter Information besteht jedoch meiner Meinung nach darin, daß sie nicht immer und für jeden zur Verfügung stehen und eingese-

hen werden können – auch nicht gegen eine Gebühr. Selbst wenn auf den Internetseiten der entsprechenden Verlage die jeweiligen Hefte aufgerufen werden können, so finden sich dort meist nur Inhaltsangaben, nicht aber die tatsächlichen Inhalte der Zeitschriften.

Seit dem Jahr 2008 besteht zwischen Innoform und G&K TechMedia – dem Herausgeber der Fachzeitschriften FLEXO+TIEF-DRUCK, FLEXO & GRAVURE INT'L sowie FLEXO & GRAVURE ASIA – eine enge Zusammenarbeit. Wie schätzen Sie die bisherige Entwicklung und das zukünftige Potential dieser Kooperation ein?

KARSTEN SCHRÖDER: Zusammen mit meinen beiden Geschäftsführerkollegen Dr. RAINER BRANDSCH und KLAUS BEHRINGER bin ich davon überzeugt, daß insbesondere derartige Kooperationen voneinander unabhängiger mittelständischer Unternehmen mit unterschiedlicher Ausrichtung aber dennoch in bestimmten Bereichen sich überlappenden Tätigkeitsbereichen für den wirtschaftlichen Erfolg von enormer Bedeutung sind. Wir versuchen durch unsere Tätigkeit die Sicherheit im Bereich der Verpackungen für Lebensmittelprodukte zu erhöhen und das damit zusammenhängende Wissen entsprechend zu verbreiten. Doch über den Rahmen unserer Veranstaltungen hinaus kann eine flächendeckende Verbreitung nur gelingen in enger Zusammenarbeit mit klassischen Medienunternehmen wie beispielsweise *G&K TechMedia*.

Der Schwerpunkt der von Innoform durchgeführten Seminare und Tagungen lag bislang eindeutig auf dem Bereich der Herstellung und Qualitätssicherung von Folien für Lebensmittelverpackungen, weniger auf deren Bedruckung und Veredelung. Ist mit einer dementsprechenden Erweiterung Ihres Coaching-Angebots zu rechnen?

Karsten Schröder,
Geschäftsführer der
Innoform GmbH.

KARSTEN SCHRÖDER: Diese Frage kann ich mit einem klaren »Ja« beantworten. Doch möchte ich unmißverständlich hinzufügen, daß wir keine Konkurrenz zu den einschlägigen etablierten Verbänden oder Veranstaltern sein wollen. Druckereien gehörten schon immer zu unserer traditionellen Klientel, da die Herstellung von Packmitteln stets auch die Bedruckung mit einschließt. Bei unseren Veranstaltungen zu Themen aus der Drucktechnik wird es sich daher immer nur um Teilaspekte innerhalb des Gesamtprozesses der Verpackungsherstellung handeln, nicht aber ausschließlich um das Drucken.

Im vergangenen Jahr hat Innoform erhebliche finanzielle Mittel für die grundlegende Neugestaltung der Internetpräsentation aufgewendet. Was waren die ausschlaggebenden Gründe? Welche besonderen Features stehen dem Nutzer der neuen Internetseite zur Verfügung?

KARSTEN SCHRÖDER: Hier ist an erster Stelle die grundsätzliche Frage »Are you web 2?« zu nennen. Vereinfacht dargestellt handelt es sich dabei darum, daß nicht der Anbieter die Inhalte der Website bestimmt, sondern der Kunde. Mit unserer Seite www.innoform-coaching.de haben wir die hierfür notwendigen technischen Rahmenbedingungen geschaffen und sie füllt sich zunehmend mit Inhalten. So erfreut sich beispielsweise unser Forum kompetenten Zuspruchs, unsere Podcasts mit Live-Mitschnitten von den Tagungen werden regelmäßig gehört und unser Feedbacksystem erfreut sich wachsender Beliebtheit. Doch neben diesen mehr standardmäßigen Features wollen wir als innovatives Element eine Art Fachforum einbringen, wo jeder Besucher Meinungen und Wünsche äußern aber auch Veröffentlichungen aus der einschlägigen Fachpresse einsehen kann. Doch können unsere bisherigen Initiativen hier nur als ein erster Anstoß oder Auftakt gelten und

noch im Laufe dieses Jahres werden wir mit etwas ganz Neuem aufwarten.

Ein zukünftiger Schwerpunkt der neuen Internetseite wird die Vermarktung kostenpflichtiger Fachartikel sein. Wie soll diese innovative Idee praktisch umgesetzt werden?

KARSTEN SCHRÖDER: Es ist daran gedacht, Artikel von professionellen Redakteuren wie auch freischaffenden Fachleuten gegen Entgelt auf unserer Seite anzubieten. Frei nach dem Motto: »Was nichts kostet ist nichts wert« werden diese kostenpflichtigen Artikel Vorrang vor kostenlosen, hauptsächlich von werblichen Gesichtspunkten geprägten Beiträgen haben. An dieser Stelle möchte ich aber nicht allzuviel verraten, damit der Effekt nicht schon verpufft, bevor das Konzept überhaupt verwirklicht wurde. ■