

Verpackungspreis für Schaffhauser Firma

Eine sichere und dennoch benutzerfreundliche Verpackung für Chirurgen, «made in Schaffhausen»: Damit räumt die Medipack AG an den Swiss Packaging Awards ab und gewinnt eine Kategorie. Die Freude beim Unternehmen ist gross.

Kay Fehr

SCHAFFHAUSEN. Erfolg für eine Schaffhauser Firma: Die Medipack AG, die an der Mühlemattstrasse heimisch ist, war beim Swiss Packaging Award in der Kategorie «Convenience» (auf Deutsch etwa «Bequemlichkeit», «Annehmlichkeit») nominiert – und hat mit ihrer benutzerfreundlichen Sterilverpackung «MED-Pack eco» prompt gewonnen. Der Lieferant für Medizinalverpackungen mit rund 240 Mitarbeitenden entwickelt diverse spezialisierte Hüllen in der Schweiz – am Schaffhauser Standort hat er 19'000 Quadratmeter Fläche zur Verfügung – und darf sich nun Preisträger des Packaging Awards nennen.

Die Verpackung von Medipack ist indes keine, die einem im Supermarkregal beim Einkauf begegnet. Vielmehr ist sie für scharfkantige Knochenschrauben vorgesehen, welche absolut steril sein müssen. Dafür braucht es ganze drei Schichten, die alle komplett dicht sind. Gleichzeitig muss das Material so gewählt werden, dass die Schraube die Verpackung nicht von innen beschädigt. Schon wenige abgeschliffene Partikel könnten das sterile Implantat verunreinigen. Dennoch muss die Verpackung einfach in der Handhabung sein – ein komplizierter Balanceakt.

In Schaffhausen breit aufgestellt

«Von der Idee bis zum fertigen Produkt haben wir zwei Jahre hingearbeitet», erzählt Entwickler Georg Österreicher. Dementsprechend gross ist nun die Freude über die Anerkennung. Für das Siegerprodukt habe man nicht nur das Material entwickeln müssen, damit das Produkt ungeöffnet über zehn Jahre lang komplett steril bleibt, sondern auch Standardmaschinen so umgebaut, dass eine rationelle Produktion möglich ist.



Die lange Entwicklungszeit hat sich ausgezahlt: CEO Reto Artusi (l.), Designerin Sara Schnurrenberger und Entwickler Georg Österreicher sind stolz auf den Swiss Packaging Award. Bilder: Roberta Felle

«Mit dieser Verpackung sind unsere Kunden doppelt so schnell im Abpackprozess wie mit einer herkömmlichen Beutelverpackung.»

Georg Österreicher
Entwickler des «MED-Pack eco» der Medipack AG

«Unsere Prozesse sind so industrialisiert, dass wir auch international wettbewerbsfähig sind», sagt Österreicher. «Dazu braucht es Kompetenzen verschiedenster Art, die wir hier im Mühlematt alle haben. Dank dieser Expertise ist es uns möglich, hier zu produzieren.»

Medipack stellt seine Verpackungen komplett in Schaffhausen her. Sie werden hier entwickelt, die Folie wird selbst produziert und verarbeitet, und auch das Abpacken übernimmt das Unternehmen, das sich als Systemanbieter sieht. «Es gibt weltweit keine andere Firma, die derart breit aufgestellt ist», ist CEO Reto Artusi überzeugt. Der Standort hier hat einen weiteren Vorteil: Tuttlingen, das als medizintechnisches Zentrum Europas gilt, ist mit dem Auto in unter einer Stunde erreichbar, und auch die grossen Player in der Schweiz sind ähnlich nahe gelegen.

Die Idee, das Produkt zu entwickeln, keimte bereits vor vier Jahren, als ein amerikanischer Lieferant einen speziellen Kunststoff nur in ungenügender Qualität, sprich nicht komplett keimfrei, liefern konnte. Die Medipack AG wurde von einem Kunden angefragt, ob sie den Auftrag für

eine Schraubenverpackung übernehmen wolle. Sie wollte – und obwohl besagter Kunde schnell auf eine eigene Lösung setzte, die laut Artusi in einer Sackgasse landete, wurde bei Medipack getüftelt, bis man eine fertige Standardverpackung vorstellen konnte.



Die Verpackung hält nicht nur die Knochenschraube steril, sie ist auch leicht zu öffnen, selbst wenn man Untersuchungshandschuhe trägt.

«Es ist also nicht aus einem Kundenauftrag entstanden, sondern war eine interne Entwicklung», betont Österreicher. «Wir sind einfach drangeblieben», ergänzt Designerin Sara Schnurrenberger. Der Entwickler kam immer wieder mit neuen Ideen zu ihr, sie hat daraus Designvorschläge gemacht und diese mit dem 3D-Drucker aufbereitet. «Ein Prototyp ist schnell erstellt, das dauert bloss wenige Tage», sagt Schnurrenberger, viel Zeit in Anspruch nehmen dann das Testen und «Vortasten», bis das fertige Produkt alle Anforderungen erfüllt.

Der Konkurrenz einen Schritt voraus

Verkauft werde die preisgekrönte Verpackung fast ausschliesslich an die Industrie, welche deren Inhalt herstellt: Knochenschrauben in allen Formen und Grössen. «Mit dieser Verpackung sind unsere Kunden doppelt so schnell im Abpackprozess wie mit einer herkömmlichen Beutelverpackung», so Österreicher. Zudem könne an Packvolumen gespart werden, und das Handling im OP-Saal sei mit der Lösung von Medipack viel besser. «Wenn wir unserer Kundschaft einen Mehrwert bieten können und den

Mitbewerbern einen Schritt voraus sind, dann haben wir unsere Sache richtig gemacht», sagt der Entwickler.

Neben dem besonderen Kunststoff PUR, der sicherstellt, dass sich keine Partikel aus der Verpackung lösen, besteht die Primär- und Sekundärverpackung hauptsächlich aus PETG, also einem speziell modifizierten Kunststoff. «PETG eignet sich hervorragend zum Sterilisieren von Medizinprodukten», sagt Artusi. «Zudem können wir in die Mittelschicht der PETG-Folie Wertstoffe aus unserer eigenen Produktion einbauen, was die Verpackung sehr nachhaltig macht.» Teilweise können bis zu 75 Prozent Reststoffe recycelt werden. Wichtig in der Medizinindustrie: Die Verpackung wird zum Produkt dazugezählt, denn wenn sie defekt oder beschädigt ist, ist auch das eigentliche Produkt nicht mehr einsatzfähig.

Risiko eines Unternehmers

Je nach Schraube, die verpackt werden muss, gibt es verschiedene Grössen; der Standard ist 60 Millimeter, aber es existieren fast 100 Sorten von Verpackungen für bis zu 170 Millimeter Länge sowie verschiedene Breiten und Tiefen. Patentiert ist deshalb nicht das Produkt als solches, sondern das Verfahren zur Herstellung.

Ob das Produkt schliesslich im Markt erfolgreich sein wird, wisse man während der Entwicklung noch nicht. «Als Unternehmer gehen Sie immer Risiken ein, Sie haben nie eine Garantie für Erfolg», wirft Artusi ein. Die Entwicklungskosten seien indes verhältnismässig überschaubar, so Österreicher; und dank des direkten Kundenkontakts sowie der eigenen Erfahrung könne man doch ganz gut abschätzen, was die Bedürfnisse sind – was wiederum das Risiko senkt, keinen Gewinn einzufahren.