



Bringen Ordnung in das Flaschenchaos: Anlagen der Kasseler Vision-tec sortieren automatisch.

FOTO: VISION-TEC

GETRÄNKE Nordhessische Unternehmen nehmen sich des Leerguts an

Vision-tec lässt Flaschen kreisen

Bier, Wasser, Erfrischungsgetränke: Die Auswahl im Getränkemarkt ist groß. Doch was passiert mit dem Leergut? Gleich zwei nordhessische Unternehmen haben sich darauf spezialisiert.

VON PETER DILLING

Kassel – Im harten Wettbewerb der Getränkeindustrie ist Kreativität Trumpf: Verbraucher haben im Getränkemarkt nicht nur eine riesige Auswahl an Säften, Mineralwässern oder Biersorten. Die Hersteller überbieten sich auch bei den individuellen Formen, Etikettierungen und Verschlüssen ihrer Produkte, vom Bügelverschluss bis zum Kronkorken. Im Leergutautomaten des Supermarkts mischen sich diese Flaschen dann zum bunten Durcheinander – eine wachsende Herausforderung für Brauereien und andere Getränkehersteller, die vor der Wiederabfüllung von Mehrweg-Behältern erst mal Ordnung in das unsortierte Chaos bringen müssen.

Der Sortierspezialist und Projektierer Vision-tec im Kasseler Industriepark hat diese Aufgabe zu seinem Kerngeschäft gemacht und ist mit innovativen, intelligenten und an den jeweiligen Kunden individuell angepassten technischen Lösungen seit seiner Gründung 2011 weltweit auf stetigem Wachstumskurs.



Knut Oppermann
Geschäftsführer Vision-tec

„In der Sortierung und der Erkennung von Flaschen im Kasten haben wir keinen Mitbewerber. Da sind wir weltweit Marktführer“, sagt Knut Oppermann. Der Alleingesellschafter der Vision-tec GmbH hat das Unternehmen mitbegründet und führt die Geschäfte gemeinsam mit seiner Kollegin Claudia Wilke. Sortierung im Kasten bedeutet, dass die Flaschen unterschiedlicher Form und von verschiedenen Herstellern in der Abfüllanlage nicht ein-

zeln sortiert oder bei Beschädigung ausgemustert werden, sondern auf dem Fließband kastenweise umsortiert werden. „Das spart unseren Kunden Platz, Zeit und Geld“, erklärt der 58-Jährige, der seine berufliche Karriere einst als Elektriker in einer Maschinenbaufirma begann.

Den Wettbewerbsvorsprung habe sich das Unternehmen durch die frühzeitige Entwicklung eines Sortierroboters erarbeitet, berichtet Oppermann. Spezialisten von Vision-tec schreiben die Software für neue komplexe Anwendungen. Das Unternehmen entwickelt, konstruiert und baut – inklusive der nötigen Steuerungstechnik – hochautomatisierte Kontroll- und Sortieranlagen und nutzt dafür unter anderem die Vorteile künstlicher Intelligenz (KI). Es tritt daneben in Kooperation mit Partnerfirmen als Projektentwickler für komplette Getränkeabfüllanlagen – von der Palettierung bis zur Auswertung – auf und kümmert sich auf Wunsch auch um die Logistik. „Bis auf den Bau der Halle machen wir alles. Wir leben von der Individualisierung unserer

Anlagen“, sagt Oppermann.

Und das funktioniert anscheinend gut. Nach eigenen Angaben startete das Unternehmen im ersten Geschäftsjahr 2012 mit einem Umsatz von 1,23 Millionen Euro, der von 15 Mitarbeitern erwirtschaftet wurde. 2020 stieg der Umsatz auf rund 16 Millionen Euro. Zum Bruttogewinn will der Geschäftsführer nichts sagen. Nur so viel: „Wir stecken viel Geld in die Entwicklung.“ Man achte darauf, die Kernkompetenzen im Haus zu behalten. Allerdings werde es immer schwerer, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Alle Beschäftigten seien fest angestellt, von der Leiharbeit habe man sich schon vor Jahren verabschiedet, sagt Oppermann.

Das Marktumfeld ist für das Kasseler Unternehmen offenbar sehr günstig. Während PET-Einwegflaschen „gigantisch rückläufig“ seien, wachse der Markt für Glas-Mehrwegflaschen. Vor allem in Europa nehme er deutlich zu. Das ist wohl auch Ausdruck eines gestiegenen Umweltbewusstseins: Eine Glasgetränkeflasche durchläuft bis zu 50 Zyklen bis sie ausge-

mustert werden muss. Besonders stark ist Vision-tec nach eigenen Angaben in Deutschland, Europa und Südamerika. „Die meisten Brauereien in Südamerika haben deutsche Wurzeln“, erklärt Oppermann. Er setzt dem Unternehmen klare Wachstumsziele. In fünf Jahren will er die Marke von 20 Millionen Euro Umsatz erreichen.

HINTERGRUND

Mehrwegflaschen

Insgesamt 41,8 Prozent der Getränke in Deutschland werden in Mehrwegflaschen verkauft, ergab eine 2021 veröffentlichte Erhebung der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung im Auftrag des Bundesumweltamts. Nach den Daten von 2019 lagen dabei Bier und Biermischgetränke mit einem Mehrweg-Anteil von 78,7 Prozent vorn, gefolgt von Wasser (40,8 Prozent) und Erfrischungsgetränken (21,7 Prozent). Erfasst wurden dabei nur pfandpflichtige Getränke. Konsumiert wurden von ihnen 32,6 Milliarden Liter.