

Was Carlo Remmele am Abenteuer Familienunternehmen reizt

Next Generation Verpackung – Teil 2

Bereits in der Oktober-Ausgabe von neue verpackung durften wir mit Felix Fischer und Lasse Harder zwei Jungunternehmer vorstellen, die in unterschiedlicher Art und Weise in ihre mittelständischen Familienunternehmen eingetreten sind beziehungsweise sich in deren Umfeld selbständig gemacht haben. Mit Carlo Remmele runden wir den Einblick in die „Next Generation Verpackung“ in dieser Ausgabe ab.



Carlo Remmele ist bereits die dritte Generation im Unternehmen.

Bild: Südpack

Auch der 32 Jahre alte Carlo Remmele wurde in ein Familienunternehmen hineingeboren: Südpack, heute einer der nachhaltigsten Hersteller von Kunststoffverpackungen und Hochleistungsfolien mit rund 1.800 Mitarbeitenden weltweit, beginnt in Carlos Erinnerung deutlich kleiner. Mit dem Büro seines Großvaters und Firmengründers Alfred Remmele, zu dem der Weg an seiner Großmutter vorbei führte, die immer ein Päckchen Gummibärchen für ihn zur Hand hatte. „Die Gummibärchen waren oft steinhart, aber die von Oma waren trotzdem einfach die besten“, lacht Remmele heute darüber.

Auch in seiner Jugend war die Firma allgegenwärtig. Sein Vater und seine Tante stiegen als zweite Generation in das Familienunternehmen ein, nach der Schule war er ab und zu mit in der Firma. Am Feierabend wie am Wochenende war das Unternehmen Thema und auch in den Urlaub reiste Südpack mit. Doch Carlo Remmeles

Blick zurück ist nicht kritisch, nicht ohne Grund war man auch stolz darauf, was da aus dem schwäbischen Ochsenhausen erwuchs.

Die Qualifikation, nicht der Name entscheidet

Bei dem wachstumsstarken Verpackungshersteller wuchsen mit der Zeit auch die Anforderungen und die Führungsaufgaben, sodass man schon bald die Familienführungsstruktur um angestellte Manager erweiterte. „Bei uns galt schon immer, der Beste macht ‘s und nicht, dass der Familienname ausreichende Qualifikation für eine Aufgabe sein sollte“, so Remmele. Seitens seiner Familie hat er nie den Druck gespürt, ins Unternehmen einzusteigen, wobei sein Großvater – seines Zeichens Käser und Molkereimeister – ihm auf der Terrasse gerne Anekdoten aus dem Unternehmen erzählte und betonte, dass man das Produkt verstehen müsse, das Südpack zu schützen gedenkt. So war es auch sein Rat, dem Carlo Remmele mit einer Ausbildung zum Milchtechnologen folgte, nachdem er bereits in der Schulzeit Jahr für Jahr einen Ferienjob in verschiedenen Abteilungen von Südpack verbracht hatte und bevor er ein Studium der Wirtschaftswissenschaften abschloss.

Der frühe und umfassende Einblick in das Familienunternehmen sowie die Ausbildung bei Zott sind für Remmele heute Gold wert: „Auch, dass ich schon seit vielen Jahren in Entscheidungsfindungen einbezogen werde und in meiner Zeit bei Südpack in meinem Vater

Über Knox

Knox ist eine Unternehmens- und Personalberatungsgesellschaft, deren Engagement der Verpackungs- und Druckindustrie gilt, sei es in der Produktion, im Handel oder im Dienstleistungsbereich. Das Team von Knox berät seit nahezu 20 Jahren in

Deutschland, Europa und darüber hinaus Unternehmen in diesem Branchenumfeld bei strategischen Herausforderungen, insbesondere auch durch die umfangreiche Betreuung und den erfolgreichen Abschluss von Unternehmenstransaktionen.

und meiner Tante wie auch im gesamten Südpack-Team Mentoren finden konnte, von denen ich unheimlich viel gelernt habe.“ Strategischer Weitblick, Gespür für Markttrends, der Fokus auf langfristige Partnerschaften mit Lieferanten und Kunden, die Fähigkeit, auch in herausfordernden Situationen gute Entscheidungen zu treffen, sind Werte, die Carlo Remmele mitgenommen hat.

Diese Erfahrungen hatte er im Gepäck, als er vor rund zwei Jahren projektbezogene Aufgaben im in 2017 akquirierten Produktionsstandort in Oak Creek, Wisconsin (ehemals Seville Flexpack), übernahm, bald in die Rolle des Vice President Operations schlüpfte und seit Ende 2023 als Chief Executive das US-Geschäft leitet. Ob der Umgang mit einem Familienunternehmer in den Vereinigten Staaten anders ist, will Remmele nicht beurteilen. „Während ich in Deutschland viele Mitarbeitende schon seit 15 Jahren kenne, bin ich für mein 65-köpfiges Team in den USA einfach Carlo. Und ich mache den Leuten immer deutlich, dass ich zwar den Familiennamen trage, aber nicht der CEO der Unternehmensgruppe bin.“

Was Carlo Remmele in den USA verantwortet, ist in gewisser Weise ein Querschnitt der Südpack-Gruppe. Zwar hat man vor Ort keine eigene Extrusion, sondern führt einen Converting-Standort, aber man adressiert aus einem Unternehmen heraus alle für die Südpack-Gruppe relevanten Zielmärkte. „Lebensmittelverpackungen stellen das größte Marktsegment für Südpack dar, gefolgt von Pharmaverpackungen und technischen

Produkten“, so Remmele. Seine Mission sieht er darin, in Oak Creek den Grundstein für ein erfolgreich wachsendes US-Business zu legen, denn Internationalisierung ist neben Automatisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit eine der vier Säulen der als Projekt 2030 ausgetragenen Strategie der schwäbischen Unternehmer.

Die Weichen für 2030 stellen

Auf dem Weg zum Jahr 2030 und darüber hinaus sieht Carlo Remmele die Südpack-Gruppe erstklassig aufgestellt. „Kreislaufwirtschaft, Energieeinsparung, Investitionen in Recyclinglösungen, alternative Verpackungsprodukte auf der einen Seite, Attraktivität für Arbeitnehmer, die Ausbildung von Fachkräften und Veränderungen in der Führungskultur auf der anderen“, nennt Remmele als Themen, denen sich die Südpack-Gruppe fortwährend widmet als gelebtes innovatives Familienunternehmen.

Und was den Weg angeht, den Familienunternehmen an sich gehen sollten, ist Carlo Remmeles Aussage eindeutig wie offen: „Jedes Familienunternehmen muss mit der nächsten Generation seinen eigenen Weg finden.“

Ganz offensichtlich haben die drei Unternehmen, die wir in dieser kleinen Beitragsreihe vorstellen durften, allesamt ihren eigenen guten Weg gefunden, die nächste Generation für die Verpackungsbranche zu begeistern und in das jeweilige Firmenumfeld einzubinden. ●

Autor: Jens Freyler, Geschäftsführender Gesellschafter, Knox