

Welche Form soll es sein?

Egal ob Eierlikör oder Limonade – der Trend geht zur Individualflasche

In der Getränkebranche ist das Unternehmen Pretsch von Lerchenhorst heute eine feste Größe. Gegründet wurde es 1948. Mitte 2018 übernahm mit Julia Pretsch von Lerchenhorst nach Großvater Hellmuth und Vater Jürgen die dritte Generation das Ruder. Geschäftsbeziehungen mit der Getränkeindustrie starteten Anfang der 1950er-Jahre. Erste Aktion hier: der Handel mit Eierlikör- und Limonadenflaschen.



Das Sortiment von Pretsch von Lerchenhorst für die Spirituosenbranche umfasst sowohl Standard- als auch Individualflaschen sowie Verschlüsse – dazu kommt auf Wunsch hin stets die individuelle Beratungsleistung.

lung exakt abzuklären sind, um schließlich das gewünschte optische Ergebnis zu erreichen, das gleichzeitig mit Abfülltechnik und Logistikkonzept harmonisiert. Julia Pretsch von Lerchenhorst: „Bei der Entwicklung jeder Individualflasche gibt es eine Vielzahl an Punkten, die unbedingt zu bedenken sind. Wir stellen unseren Kunden unser umfangreiches Wissen hierzu sehr gerne zur Verfügung.“

Wenn gewollt übernimmt Pretsch von Lerchenhorst auch die komplette Kommunikation mit den Flaschenproduzenten. Das schließt die Einholung von Angeboten ebenso mit ein wie die Begleitung von Musterformenbau, Bemusterung, Serienproduktion und Flaschendekoration.

Starke Investitionstätigkeit

Hilfestellung bietet das Unternehmen zudem bei der Lagerung von Individualflaschen. Erst jüngst wurde die Lagerfläche nochmals um 1.000 qm aufgestockt, sodass auf dem Firmengelände nun insgesamt 5.000 qm, die Hälfte davon überdacht, zur Verfügung stehen.

Generell ist es dem Unternehmen besonders wichtig, permanent zu investieren, um stets up to date zu bleiben.

Heute führt Pretsch von Lerchenhorst ein breites Sortiment an Flaschen, Verschlüssen und Kästen – sowohl für die alkoholfreie Getränkebranche als auch für die Brau- und Spirituosenindustrie. Darunter sowohl klassische Standard- als auch Individuallösungen. Ein Fokus des Familienunternehmens liegt auf umfassender Beratungsleistung. So wird es innerhalb der gesamten Getränkebranche immer deutlicher als Problemlöser gesehen.

Trend zu Individualflaschen

Beispielsweise ist im Spirituosenbereich ein Trend zu Individualflaschen klar erkennbar. Pretsch von Lerchenhorst kann

auf einen breiten Erfahrungsschatz im Bereich der Individualflaschenentwicklung zurückgreifen. Die Vorgehensweise gestaltet sich hier folgendermaßen: Zunächst werden Wünsche gemeinsam mit dem Spirituosenhersteller mithilfe einer Checkliste genauestens definiert und auf ihre technische Machbarkeit hin überprüft. Welche Form soll es sein? Wie lautet die gewünschte Füllmenge? Was für ein Etikett spricht die Zielgruppe besonders gut an? Ist die jeweilige Flaschenform für die vorhandene Abfüllmaschine geeignet? Welcher Verschluss passt zur präferierten Flaschenvariante? Wie gestalten sich die Transportbedingungen für das Produkt? Fragen über Fragen, die bei der Flaschenentwick-

Erwähnenswerte Projekte, die während der auch für Pretsch von Lerchenhorst herausfordernden Corona-Phase durchgeführt wurden, waren die Erneuerung der EDV-Server sowie die Ergänzung des Fuhrparks. Zudem wurden Marketing- und Werbeaktivitäten erweitert. Das Unternehmen setzt nun noch stärker auf die Präsenz in der Fachpresse und in den sozialen Medien. Dort wird momentan vor allem über Facebook und Instagram kommuniziert.

Weitere Ideen „in der Pipeline“

Julia Pretsch von Lerchenhorst: „Auch in dieser nicht ganz einfachen Phase entwickeln wir weitere neue Ideen. So denken wir beispielsweise über einen Online-Shop nach und können es uns durchaus vorstellen, auf Sicht ein firmenindividuelles Pretsch von Lerchenhorst-Flaschensortiment anzubieten.“

Ob Kleinbetriebe, Mittelständler oder Konzerne

Potenzial sieht die Chefin des 20 Mitarbeiter starken Unternehmens, das 2020 einen Umsatz von knapp 15 Millionen Euro realisierte, im Spirituosensbereich künftig auch bei Flaschen für kleinere Selbstvermarkter. Pretsch von Lerchenhorst: „Generell verstehen wir uns sowohl als Partner für kleine Betriebe als auch für Mittelständler und Konzerne. Unser Distributionsgebiet ist darauf ausgelegt. Wir sind deutschland- und europaweit tätig.“ (fa) □



2020 realisierte Pretsch von Lerchenhorst einen Umsatz von knapp 15 Millionen Euro. Das Unternehmen ist deutschland- und europaweit tätig. Auf dem Firmengelände steht eine Lagerfläche von 5.000 qm zur Verfügung.



Julia Pretsch von Lerchenhorst (re.) mit ihrem Team, zu dem (v.l.n.r.) Christian Sterr (Prokurist), Antonia Geiger (Leitung Innendienst) und Andreas Halbritter (Verkaufsleiter) zählen. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen 20 Mitarbeiter.



Cloud-basiertes
Projektmanagement



Technical Data
Monitoring



LOP 4.0



Virtuelle
Inbetriebnahme

Am Puls der Zeit.
Digitale Lösungen von BMS.