



Erfolgsgeschichten

NEUE ABFÜLLLINIE FÜR DIE BUTSIFAL GROUP IN  
USBEKISTAN

## Starker Start

05.04.2018 , 6 Min. Lesedauer

**Mit beeindruckenden Zuwachsraten hat sich die Butsifal Group im Wassermarkt der zentralasiatischen Republik etabliert.** / Bei der dadurch nötig gewordenen Kapazitätserweiterung hat das Unternehmen nun den Grundstein für eine aussichtsreiche Geschäftsbeziehung gelegt – zum Dortmunder Systemanbieter KHS.

PET EINWEG

PET MEHRWEG

---

FOTOGRAFIE / ILLUSTRATION

Shutterstock Sunflower, Frank Reinhold

## TITELFOTO

Angesichts der Investitionen in die Produktionstechnik lässt Butsifal-Chef Abdumalik Khalilov die rasante Entwicklung des usbekischen Getränkemarkts gelassen auf sich zukommen.

Nach dem Zerfall der Sowjetunion blieben in Usbekistan auch zuvor schon dringend nötige Investitionen in die Infrastruktur der Trinkwasserversorgung aus. Zapfte man früher sein Wasser noch aus öffentlichen Brunnen, kann Leitungswasser heute nicht mehr guten Gewissens und ohne Filterung getrunken werden. Inzwischen hat in Regierungskreisen zwar ein Umdenken eingesetzt, das die Trinkwasserversorgung der Bevölkerung wieder in den Fokus rückt. Die Verbraucher in der zentralasiatischen Republik haben ihr Verhalten jedoch längst der bisherigen Situation angepasst und greifen zunehmend zum Wasser aus der Flasche. Seit 2010 hat sich der Absatz von Wasserflaschen nahezu verdoppelt, und bis 2020 soll er auf über vier Millionen Hektoliter steigen. Dank der Vielzahl an Mineralquellen in Usbekistan sind es vor allem lokale Abfüller, die vom rasanten Marktwachstum profitieren.

Einer von ihnen ist die erst 2009 nahe der usbekischen Hauptstadt Taschkent gegründete Butsifal Group, die an dem Boom sogar überproportional partizipiert. Unter der Marke Sayhun, die an den historischen Namen des längsten Flusses Zentralasiens, des Syrdarja, erinnert, verkauft Butsifal sein Mineralwasser. Dank seiner ausgewogenen Mineralisierung und seines niedrigen Salzgehalts erfreut es sich wachsender Beliebtheit: 2010 betrug der Ausstoß noch rund eine Million Liter – innerhalb von nur fünf Jahren hatte sich die Produktionsmenge bereits vervierzigfacht.

Das ein derartiger Zuwachs ein junges Unternehmen schnell an seine Grenzen führt, ist leicht nachvollziehbar: Die Anlagenkapazität der beiden von einem chinesischen Hersteller bezogenen Linien reichte nicht mehr aus. Der geringe Automatisierungsgrad verhinderte effiziente Prozesse, und längere Stillstandszeiten beeinträchtigten die Abfüllung in zunehmendem Maß. Schnell wurde klar, dass sowohl die Infrastruktur als auch die Prozesse einer gründlichen Erneuerung bedurften. Mit langfristigen Zielen im Blick

entschied sich die Butsifal Group für die Zusammenarbeit mit dem Dortmunder Systemanbieter KHS – und somit für nachhaltige Abfülltechnologie. Nach einer vergleichsweise kurzen Planungs- und Produktionsphase wurde die neue Linie in Betrieb genommen.



↑  
Erfreut sich bei Usbeken wachsender Beliebtheit: das natürliche und preisgekrönte Mineralwasser Sayhun.



↑  
Hell, offen und freundlich wirken die teils neu errichteten Produktionsräume der Butsifal Group im usbekischen Gazalkent.

## Fünf Fakten: Butsifal Group

**Wann?** 2009 in Gazalkent, Usbekistan, in der Nähe der Hauptstadt Taschkent gegründet

**Was?** Mineralwasser, karbonisierte Limonaden, Eistee

**Worin?** PET-Flaschen von 0,5 bis 1,5 Liter sowie weitere Behältnisse bis 18,9 Liter Fassungsvermögen

**Wohin?** Usbekistan, zudem Exportverträge mit Handelspartnern aus Anrainerstaaten

↗ [www.sayhun.uz](http://www.sayhun.uz)

## Tempo zugelegt

„Mit der Technik von KHS haben wir unsere Position am Markt gestärkt und weiter ausgebaut“, sagt Abdumalik Khalilov, Direktor der Butsifal Group. Er ist froh, dass er bei Anfragen, die er früher nicht bedienen konnte, heute dank verkürzter Produktions- und Lieferzeiten schnelle Lösungen bieten kann. Zu verdanken ist das der hohen Leistungsfähigkeit der Linie, mit der bis zu 26.400 Flaschen pro Stunde abgefüllt werden können – mehr als sechsmal so viel wie mit ihren Vorgängern.

Um ihren Produktionsstandort den Anforderungen moderner und leistungsfähiger Abfüllung und Verpackung anzupassen, baute die Butsifal Group ihr Werk um und erweiterte es. Auf Grundlage der örtlichen Gegebenheiten plante KHS das optimale Anlagendesign. Im Zusammenhang mit dem gewachsenen Sortiment von Butsifal, das über Mineralwasser hinaus heute auch karbonisierte Limonaden und Eistees umfasst, bestand die besondere Herausforderung darin, sowohl eckige als auch runde PET-Flaschen auf einer Linie abzufüllen.

# »Mit KHS sehen wir eine weitreichende und vielversprechende Partnerschaft in der Zukunft.«

Abdumalik Khalilov  
Butsifal-Chef

Angesichts von insgesamt neun Produkten in den Formaten 0,5 Liter, 1 Liter und 1,5 Liter, die auf der Linie abgefüllt werden, erforderte das Thema Formatwechsel ohnehin besondere Aufmerksamkeit. Da passt es gut, dass die neue Linie eine Produktumstellung bei gleicher Flaschenform und gleichem -format in nur fünf Minuten schafft. Und der Wechsel von runden zu eckigen Flaschen erfolgt auf der KHS-Anlage dank der reduzierten Anzahl von Wechselteilen in nur 15 Minuten. Möglich wird das mit Hilfe der intelligenten Anlagensteuerung, die Streckblasmaschine, Füller und Schrumpfpacker im Anschluss an die Formatumstellung automatisch neu aufeinander abstimmt.



Freuen sich mit dem gesamten Team auf eine aussichtsreiche und langfristige Zusammenarbeit: Abdumalik Khalilov, Direktor der Butsifal Group (3. von links) und Dulfusa Tadjibaeva, Sales Manager Usbekistan bei KHS (4. Von links).

## Einfachere Bedienung

Die Rezepturen für die verschiedenen Getränke wählen die Bediener einfach am Touchscreen aus. Im Sirupraum, der aus einem Zuckerlöser, Misch tanks, einer Batchmixanlage sowie einer Filtration besteht, werden dann die Komponenten dosiert und zubereitet, bevor sie in der Mischanlage zusammengeführt und als fertiges Produkt an den Füller übergeben werden. Die Etikettiermaschine schließlich wurde von KHS durch Verwendung von speziellen Servoantrieben an die Bedürfnisse des Kunden angepasst, um auch bei den Rechteckflaschen eine Rundum-Etikettierung zu ermöglichen.

„Dank der Automation unserer Abfüllprozesse fällt es unseren Technikern viel leichter, die Linie zu bedienen“, sagt Khalilov.

„Das reduziert Bedienungsfehler und steigert die Prozessqualität.“ Daraus resultieren eine enorme Zeitersparnis in

der Abfüllung, ein nachhaltiger Ressourceneinsatz sowie ein deutlich niedrigerer Medien- und Energieverbrauch. Die Abfüllkosten pro Flasche konnten so um rund 40 Prozent gesenkt werden.

Parallel zur Inbetriebnahme der KHS-Linie beschloss man bei der Butsifal Group, das Produktportfolio zu erweitern und sich auch dem Niedrigpreissegment zuzuwenden. Dabei wurde das Unternehmen von den PET-Experten des Bottles & Shapes-Programms von KHS in Hamburg unterstützt. Sie halfen, sowohl die bisherigen eckigen PET-Flaschen zu optimieren als auch das neue Flaschendesign zu entwickeln. Hier standen die Griffigkeit als auch das Thema Lightweighting im Vordergrund. „Die hohe fachliche Kompetenz der Bottles & Shapes-Experten hat es uns ermöglicht, das erwünschte Design bei einer hohen Flaschenqualität zeitnah zu erlangen“, betont Khalilov. Und das, obwohl es sich mit gerade einmal 12,1 Gramm bei der 0,5-Liter-, 21 Gramm bei der 1-Liter- und 25 Gramm bei der 1,5-Liter-Flasche um echte Leichtgewichte handelt.

Insgesamt ist Khalilov mit der Zusammenarbeit und ihrem Ergebnis überaus zufrieden: „Die neue Anlagentechnik ermöglicht uns eine hochqualitative Produktion in einem breiten Sortiment.“ Und das zeigt Wirkung: Inzwischen kann die Butsifal Group in Usbekistan einen Marktanteil von rund zehn Prozent beanspruchen. Zugleich wird seit der Erweiterung der Produktionskapazitäten durch Exportverträge mit Handelspartnern aus Anrainerstaaten auch die internationale Expansion vorangetrieben. Da überrascht es nicht, dass eine weitere Ausdehnung der Produktion bereits beschlossene Sache ist – mit KHS als Ansprechpartner Nummer eins. „Unser erstes gemeinsames Projekt ist das Fundament für eine langfristige und strategische Zusammenarbeit. Wir sehen eine weitreichende und vielversprechende Partnerschaft in der Zukunft“, betont Khalilov.

Die Wertschätzung für den deutschen Partner ist auch für Endverbraucher gut sichtbar, indem Butsifal auf einigen seiner Flaschenetiketten stolz das KHS-Logo präsentiert. Das dürfte einen Kunden des aufstrebenden Getränkeherstellers besonders freuen – die Deutsche Botschaft in Taschkent, die schon seit vielen Jahren zu den treuesten Abnehmern von Sayhun gehört.



↑

Dank einer reduzierten Anzahl von Wechselteilen erfolgt die Umstellung von runden zu eckigen Flaschen auf der KHS-Linie in nur 15 Minuten.



↑  
Besonderen Wert legt die Butsifal Group auf hohe Qualitätsstandards und hat sich hinsichtlich der Lebensmittelsicherheit ihres Betriebs erfolgreich nach ISO 22000:2009 und FSSC 22000 zertifizieren lassen.