

Let's Grow!

Die Konsolidierung im globalen Backgewerbe läuft und einer der großen Teilnehmer heißt Lantmännern-Unibake. In den vergangenen zwei Jahren kaufte die Gruppe mehr als fünf Firmen zu und der Hunger ist noch nicht gestillt.

■ Horsens, Emil-Moller Gade 41 – noch nicht einmal ein Schild weist darauf hin, dass hier einer der Big Player auf dem internationalen Backwarenmarkt sein Hauptquartier aufgeschlagen hat: Lantmännern-Unibake, einer der Marktführer im europäischen B2B-Geschäft mit TK-Backwaren und seit wenigen Monaten mit einer Neuakquisition auf dem amerikanischen Markt präsent.

Bent Pultz Larsen macht keinen Hehl daraus, dass für ihn die heiße Phase der Konsolidierung auf dem globalen Backwarenmarkt angebrochen ist und Lantmännern-Unibake eine Spitzenposition beansprucht. Zumindest auf dem TK-Markt, als Frischbrothersteller ist die Gruppe lediglich in Schweden, Dänemark und Polen aktiv und das soll auch so bleiben. Laut Firmendarstellung soll der Umsatzanteil der Frozen Division bis 2012 auf 75% des Gesamtumsatzes angewachsen sein, 2007 lag der Wert bei 40%.

Hintergrund ist die Erwartung, dass spätestens 2011 rund 14% des Brotkonsums in Westeuropa über

Bent Pultz Larsen, CEO von Lantmännern-Unibake



Lantmännern

Lantmännern – Eine Genossenschaft im Besitz von 42.000 schwedischen Landwirten, gegründet als Genossenschaft 1880, Gesamtumsatz (2007) der Gruppe 3,4 Mrd. €

Die Gruppe ist in 19 Ländern dieser Erde vertreten, betreibt in zehn Ländern 30 Bäckereien mit insgesamt 100 Produktionslinien, auf denen 5 Mio. t Backwaren pro Jahr hergestellt werden.

Geschäftsfelder

➤ **Lantmännen Axa** produziert Lebensmittel auf Basis von Getreide, darunter auch etliche Spezialbrote, die unter speziellen Marken als gesund, vital, vegetarisch o.ä. angepriesen werden. Erbsen, Bohnen, Non-Dairy, Fertiggerichte

Marken: Axa, Kungsörnen, Gyllenhammars, Start, Amo, Regal and Kornkammeret, Go Green, Goohl
Produziert in Schweden, Norwegen, Dänemark, Lettland, Russland, Ukraine und vertreibt über LEH, Food Service. Fertiggerichte unter Goohl werden auch über Shop-in-Shop-Konzepte verkauft.

➤ **Lantmännen Energi** – Schwedens größter Produzent von Bioenergie, betreibt außerdem 30 Heizkraftwerke in Schweden und produziert alkalytes Petroleum für Rasenmäher, Bootsmotoren etc., Absatzgebiet hauptsächlich Frankreich und Deutschland.

➤ **Lantmännen Grannarden** – Ladenkette, die mit Waren für Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Tierhaltung und Garten handelt, 1.200 Läden in Schweden. Außerdem betreibt Grannarden in Schweden und Norwegen einen Tele-Shopping-Kanal namens Nordpost für Landwirte, Pferdehalter etc.

➤ **Lantmännen Invest** – ist Sammelplatz für diverse Aktivitäten. Die Gruppe produziert und vertreibt landwirtschaftliche Futtermittel, Hunde- und Katzenfutter, Stallbauten, Alkohol, Stärke, Gluten, Stärkesirup und frische sowie TK-Kartoffelprodukte.

➤ **Lantmännen Kronfagel** ist Skandinaviens größter Hühnerfleischverarbeiter. Angeboten werden die Produkte hauptsächlich in Skandinavien, aber auch in der EU, Asien und dem Mittleren Osten.

➤ **Lantmännen Latbruk** – Landhandel in Schweden, Dänemark (Dansk Landbrugs Growareselskab) und Deutschland (HaGe Kiel).

➤ **Lantmännen Mills** – Skandinaviens größter Produzent von Getreideprodukten mit 12 Produktionsstätten in Norwegen (Regal), Schweden (Nord Mills), Dänemark (HavneMøllerne) und Lettland (Rigas Dzirnāvnieks and Rezeknes Dzirnāvnieks). Außerdem hält die Gruppe 25% an der Mühlgroupe Melia Oy in Finnland und 18% an den VK Mühlen in Deutschland.

➤ **Svalöf Weibull** – eine der größten Saat- und Pflanzenzucht-Gruppen Europas mit einer sehr starken Position bei Getreidesaatgut und Vermarkter von Gartenbauprodukten wie Samen, Pflanz Zwiebeln, Pflanzen, Dünger etc. für professionelle und Hobbygärtner.

➤ **Lantmännen-Unibake** – Hersteller von Frisch- und TK-Backwaren
"Schulstad" Fresh bread retail, "Hatting" Frozen bread, "Pastridor" Croissants, "Unibake" Bread, "Schulstad Royal Danish Pastry" - Pastry
Vertrieb über LEH, Food Service, Tankstellen, Restaurantketten. Umsatz 2008 voraussichtlich 880 Mio. €
EBITDA 2008 voraussichtlich 110 Mio. €
Mitarbeiter 2008 5.000.



www.was-werben.de/gatur.com

Ihr Spezialist für:

- Pizza-Anlagen
- Arabisches und türkisches Fladenbrot
- Hamburger-Anlagen
- Kastenbrot-Anlagen
- Brötchen-Anlagen
- Korb Brot-Anlagen
- Blech-Anlagen
- Dielen-Anlagen

Walzenstreuer für viele leckere Backwaren



18. – 21.10.2008



Ihre Produkte werden mit Mehl, Mohn, Sesam oder Schrot noch attraktiver!

Deshalb haben wir den neuen GBT-Walzenstreuer entwickelt. In Streubreiten von 200 bis 1500 mm, mit leicht austauschbaren Streumasken, Behälter abnehmbar.

Weitere Optionen: vergrößerte Behälter, automatische Streugut-Zuführung und Füllstandsüberwachung. Fragen Sie an.

G/BT GmbH
Bäckerei Technologie
Gottlieb-Daimler-Str. 2
D-78048 VS-Villingen
Tel. 07721 99763-50
Fax 07721 99763-33

www.gbtgmbh.de





Akquisitionen 2007/2008

2006

Pastridor (Belpan), Londerzeel/Belgien, Croissant-Produkte, 80 Mio. € Umsatz

2007

Gramss, Suhl

2008

Eurobuns, Milton Keynes/UK, Fast Food, Brot, Scones, Donuts, 7 Linien, 54,6 Mio. € Umsatz

Eurobake, St. Petersburg/USA, Brote im europäischen Stil, 3 Linien, 19,3 Mio. € Umsatz

Baco Fast Food Bakery, Vaanta/Finnland, 1 Linie, 12,5 Mio. € Umsatz

Bake-off-Produkte gedeckt werden, was im Vergleich zu 2006 einer Wachstumsrate von 6% entspräche.

Eben diese Bake-off- und Food-Service-Umsätze sind das erklärte Ziel von Lantmännen-Unibake. Larsen: „Wir leben nicht von den Hauptmahlzeiten, sondern von den Snacks, die Verbraucher zwischendurch essen. Früher gab es in Dänemark 1.000 Verkaufspunkte für derartige Zwischenmahlzeiten, heute sind es mehr als 4.000.“ Ambitionen, sich mit eigenen Vertriebsketten direkt an die Konsumenten zu wenden, gibt es allerdings nicht. Larsen: „Wir sind Produzenten und wir wollen im B2B-Geschäft bleiben. Nur mit dieser Konzentration sind wir in der Lage, ein organisches Wachstum von 20% und mehr pro Jahr zu generieren. Das übrige Wachstum holen wir uns über Zukäufe.“

Zu den großen Erfolgen dieser Art gehörte im Juni 2006 die Übernahme der belgische Belpan von der Industriellen-Familie van der Kerkhove, die mit gefüllten und ungefüllten Croissants und Pain au Chocolats unter der Marke Pastridor europaweit rund 80 Mio. € umsetzte. Larsen: „Innerhalb von wenigen Wochen haben wir das Produktprogramm von Pastridor in alle 16 Länder, in denen wir damals vertreten waren, ausgerollt.“

Noch schneller ging das Heben von Synergieeffekten bei der bislang größten Akquisition in diesem Jahr: Eurobuns in Milton Keynes/UK, die mit Fastfood, Brot, Scones und Donuts 54,6 Mio. € Umsatz macht. Larsen: „Zehn Tage nach dem Kauf von Eurobuns wurden deren Produkte von unserer Organisation in Belgien verkauft.“

Auch wenn das Hauptquartier in Horsens nur knapp zwei Dutzend Mitarbeiter zählt, ist die Führung straff und auf Effizienz getrimmt. Zwei Mitarbeiter sind ausschließlich damit beschäftigt, neu erworbene Firmen in die Gruppe zu integrieren. Zeitvorgabe: maximal 100 Tage. Dann muss von der Rohstoffbeschaffung über Hygienemanagement, Personalführung bis hin zum Reportsystem alles harmonisiert sein. „Nicht gleichgeschaltet“, betont Larsen. „Die Unternehmen behalten durchaus ihre unterschiedlichen Report-Systeme für die Unternehmenszahlen. Lantmännen betreibt ein Daten-Warehouse, das die Informationen harmonisiert und aufbereitet. Entscheidend ist, dass der Informationsfluss funktioniert.“

Geografisch stehen auf dem alten Kontinent derzeit Osteuropa und Russland im Vordergrund, beide Regionen glänzen mit zweistelligen Wachstumsraten und wenn es nach dem Expansionsgrundsatz 1. exportieren, 2. Verkaufsorganisation aufbauen, 3. vor Ort produzieren geht, ist klar, wo der nächste Bau oder Zukauf stattfinden wird. Larsen: „Die lokalen Märkte werden am besten von lokalen Leuten entwickelt. Wir steigen ein, wenn umfassende Finanzmittel für Innovation und Ausbau gebraucht werden und wir unseren Kunden auf diese Märkte folgen.“

Auch die erste Neuerwerbung auf dem US-amerikanischen Markt wird auf Wachstum getrimmt. Spätestens in eineinhalb Jahren soll die vorhandene Produktion europäisch angehauchter Brotsorten um Pastry- und Croissantkapazitäten und möglicherweise auch weitere Brotlinien erweitert sein, so dass zumindest die



Ostküste der Vereinigten Staaten bedient werden kann. Danach ist die Westküste dran.

Für Larsen wird die Produktion von Tiefkühlprodukten dabei die einzig sinnvolle Variante bleiben, die Märkte zu bedienen. Kühlung und Präsentation als Chilled Food, so der gelernte Konditor, leiste der Retrogradation Vorschub und schade der Qualität. Aufgeschlossen dagegen ist er für Trends wie Functional Food oder Bio, auch wenn er die Hoffnung, damit deutlich höhere Preise zu erzielen, dämpft. „Ein Bio-Produkt darf heute höchstens 5% mehr kosten als das konventionelle und die Differenz wird eher kleiner als größer.“

Großes Augenmerk bei der Entwicklung von neuen Produkten wird deshalb auf Innovationen für Bake-off-Stationen und Convenience-Shops gelegt, wobei die Zahl der maßgeschneiderte Produkte wächst. Larsen: „Rund 70% aller neuen Konzepte und Produkte sind heute bereits vom Kunden ausgelöst und die Nachfrage steigt. Entwickelt wird in den Ländern, Forschung und Entwicklung koordiniert von Horsens. Geht eine Neuentwicklung in die Produktion, erhalten alle Vertriebskollegen in den verschiedenen Ländern Proben und können entscheiden, ob sie dieses Produkt in ihr Programm aufnehmen und bei Erfolg später im eigenen Land produzieren wollen. Ein aktuelles Beispiel für diese Art der Globalisierung ist der Booster Bar, ein 50 g schweres Mini-Baguette, mit der Unibake in sechs Ländern erfolgreich auf jene Kunden zielt, die bei der Wahl ihrer Mahlzeiten an ihre Gesundheit denken.“ ■

Zaubert ein Lächeln
auf die Lippen...



Herzhaftes Roggen-
schrotbrot mit viel
Leinsamen und
Sonnenblumenkernen:

Schapfen Roggenkorn

Fordern Sie unsere
Verkaufshilfen an!



SchapfenMühle GmbH & Co. KG
89081 Ulm-Jungingen

Fordern Sie unseren Außendienst!
Telefon 07 31 / 9 67 46-28
Telefax 07 31 / 9 67 46-56
www.schapfenmuehle.de

**Schapfen
Mühle**



seit 1452