

Ausbaufähige Kompetenz

DER ANLAGEN- UND MASCHINENBAUER AASTED MIKROVERK WAR IN DER VERGANGENHEIT VORNEHMLICH EIN LIEFERANT DER SÜSSWARENINDUSTRIE. MIT DER ÜBERNAHME VON DFT HABEN DIE DÄNEN IHRE KOMPETENZ IM BEREICH DER GEBACKENEN PRODUKTE ERWEITERT. MIT CEO ALLAN AASTED SPRACH CHEFREDAKTEURIN HILDEGARD M. KEIL ÜBER DIE ZUKUNFTSPÄNE DER GRUPPE.

+ Keil: Vor einigen Jahren brachte Aasted Mikroverk eine Maschine namens Alice auf den Markt der Bäckermaschinen. Alice ist ein Extruder für Keksteig und Schokolade. Gleichzeitig entwickelte Aasted einen indirekt geheizten Ofen namens Genius für die Keksindustrie. Erst kürzlich hat Aasted Mikroverk den dänischen Ofenhersteller Danish Food Technology A/S übernommen. Welche Gründe hatten Sie hierfür?

+ Aasted: Im Grunde arbeiten wir seit unserer Gründung 1946 in einem Produktbereich, der Schokolade und Gebäck kombiniert, denken Sie nur an die vielen Keksriegel wie Kitkat oder Kekse wie den Leibnitz mit Schokolade. Das war und ist unser Business und wir sehen in diesem Segment noch eine Menge Marktchancen für unsere Kunden und uns. Mit der Entwicklung des Genius und dann der Übernahme von DFT erweitern wir unsere Kompetenzen im Bereich der gebackenen Produkte.

+ Keil: Diesen Schritt sind Sie ebenfalls mit Alice gegangen, einem sehr flexiblen Extruder, der drei Teige und Massen gemeinsam verarbeiten kann und sich zudem für feste Teige und cremige Massen gleichermaßen eignet. Alice ist als Einkopf-, Zweikopf- und Dreikopfmaschine auf dem Markt. Welches Modell ist hier am erfolgreichsten und für welche Produkte wird Alice hauptsächlich eingesetzt?

+ Aasted: Alice ist genau so ein technologisches Crossover-Produkt. Die Anlage kann sowohl Schokoladen wie Massen extrudieren und wird standardmäßig mit einer Wasserheizung bzw. -kühlung ausgestattet. Auf diese Weise erreichen wir eine hohe Gleichmäßigkeit des Materialflusses. Das gilt für Teige ebenso wie für reine Schokoladenmassen. Unser Vorteil ist, dass die Massen beim Hinführen zu den Dosierköpfen von Sinus-Pumpen mit aktiver Druckregulierung gefördert werden. Dadurch entstehen nur sehr geringe Scheerkräfte und die Konsistenz der Massen wird geschont, selbst wenn größere Stückchen wie Früchte oder Schokolade darin enthalten sind.

+ Keil: Und wie wird Alice am Markt akzeptiert?

+ Aasted: Die erste Maschine wurde vor gut vier Jahren vorgestellt. Seitdem haben wir mehr als 20 Maschinen verkauft. Die schonende Dosierung und die genaue Positionierung der Massen auf dem Transportband sind sehr überzeugende Argumente für Alice.

+ Keil: Stehen die alle in der Süßwarenindustrie oder wird Alice auch für nicht süße Produkte eingesetzt?



++ Allan Aasted CEO of Aasted

+ Aasted: Die Anlagen, die bislang verkauft wurden, stehen alle in der Süßwarenindustrie. Offenbar haben unsere Leute nicht nur die richtige Maschine, sondern diese auch zum richtigen Zeitpunkt entwickelt. Seit einigen Jahren gibt es weltweit eine Entwicklung hin zu Produkten, die größer sind als eine herkömmliche Praline, aber immer noch klein genug, um mit einem oder zwei Bissen gegessen werden zu können. In diesem Segment gibt es sehr viele Crossover-Produkte aus Teig mit Füllung, die anschließend mit Schokolade überzogen werden.

+ Keil: Alice wird also im Bereich der Schokoladenprodukte wie auch der Keksherstellung eingesetzt. Kann man diese Maschine auch für Snacks verwenden?

+ Aasted: Natürlich, vor allem im Segment der Premium-Snacks sehe ich durchaus Möglichkeiten und Marktchancen.

+ Keil: Kommen wir zu den Öfen. Aasted hat Genius entwickelt, DFT den Ofen Conny. Werden beide Öfen auch in Zukunft parallel angeboten?

+ Aasted: Ehrlich gesagt, haben wir uns mit Genius sehr schwer getan und das war einer der Gründe, warum wir uns für DFT zu interessieren begannen. Dort sitzen sehr gute Ofenfachleute und die werden jetzt das Beste aus beiden Entwicklungen zusammenführen und mit den Fachleuten hier in Farum ein Linienkonzept daraus entwickeln.

+ Keil: Es geht um Turn-Key-Geschäfte mit welcher Art von Linien bzw. von wo bis wo?

+ Aasted: Unsere Kompetenz beginnt mit der Dosierung bzw. Extrusion von Teigen und Massen und geht über Ofen, Überziehen, Kühlen bis hin zur Abnahme der Produkte vom Band. Dabei arbeiten wir auch mit Kooperationspartnern zusammen, etwa bei Überziehenanlagen.

+ Keil: Reden wir von Keksen oder von Kuchen und Füllungen?

+ Aasted: Sowohl als auch. Misch- und Schäumungssysteme für Füllungen und das Gießen von Massen beherrschen wir seit vielen Jahren, unsere Öfen backen auch Kuchen hervorragend und die Roboter für die Abnahme sind auch auf Kuchenlinien einsetzbar. Die Märkte sind ohnehin nicht mehr so strikt voneinander zu trennen. Nehmen Sie beispielsweise unsere Frozen-Cone-Technik. Damit können wir hauchzarte, feine Schokoladenhüllen produzieren, in die man beispielsweise Schäume einfüllt, dann einen Keks oder ein Kuchenstück auflegt und mit einem gegossenen Schokoladenboden verschließt.

Ist das ein Keks, ein Kuchen oder ein One-Bite – wie auch immer Sie das nennen, mit Sicherheit ist es ein Premium-Produkt mit entsprechenden Marktchancen. Unsere Kompetenz umfasst ein spezielles, aber durchaus breites Produktspektrum und reicht von Schokolade, Marzipan, Nougat, Keksen und Kuchen bis hin zu Snacks.

+ Keil: Auch die Hersteller solcher Leckereien leiden derzeit unter der Konsumzurückhaltung im Zuge der Finanzkrise. Schlägt sich das in Ihren Auftragsbüchern nieder?

+ Aasted: Das ist sehr unterschiedlich. Wir sind weltweit unterwegs und vertreiben überwiegend durch Agenturen, die sowohl in der Süßwaren- wie auch in der Backwarenindustrie präsent sind und entsprechendes Vertrauen genießen. Der russische Markt ist ruhiger geworden, aber keineswegs auf Null. Ruhiger ist es zurzeit auch in Nordamerika, wobei diese Ruhe sich vor allem in längeren Entscheidungswegen ausdrückt. Südamerika, der Nahe Osten und die Türkei sind für uns sehr gut laufende Märkte, Asien liegt irgendwo in der Mitte.

+ Keil: Wie war die Umsatzentwicklung 2008 und wie sieht es in den ersten Monaten dieses Jahres aus?

+ Aasted: 2008 war für uns umsatzmäßig das beste Jahr, das wir je hatten. Die ersten Monate dieses Jahres sehen ebenfalls gut aus, aber – und das liegt an den längeren Entscheidungswegen – noch sind wir für 2009 nicht komplett ausgelastet. Es ist nach wie vor schwierig, die Situation mittel- und langfristig zu beurteilen.

+ Keil: Wie groß ist Ihr Exportvolumen?

+ Aasted: Außerhalb Dänemarks 95 bis 99%, außerhalb der EU sind es rund 70%.

+ Keil: Vergangenes Jahr hat Aasted sein Werk in Farum erweitert. Wofür wird diese Erweiterung verwendet und ist sie immer noch nötig? Sollen dort DFT-Öfen hergestellt werden oder gibt es andere Pläne, um beide Werke zu vereinen?

+ Aasted: Die Öfen werden am DFT-Standort auf Jütland

gebaut, Alice hier. An beiden Standorten gibt es sehr gute Leute und wir wollen diese Kompetenzen nicht verlieren. Die Zusammenarbeit wird vor allem in der Nutzung der internen Ressourcen wie Planung, Logistik, IT etc. stattfinden, ebenso im Verkauf und beim Einsatz von Projektingenieuren oder bei der Nutzung unseres Technikums, in dem wir Tests im industriellen Maßstab 1:1 fahren können. Was den Neubau hier in Farum angeht, so haben wir die Räume dringend gebraucht. Wir wollen Alice schließlich zu einer vielfältigen Familie ausbauen.

+ Keil: Als DFT ihren Ofen auf der letzten Interpack vorstellte, war eines der Hauptargumente, dass dieser Ofen „wash down“ mit Wasser zu reinigen ist. Bestätigt der Markt diese Bedeutung?

+ Aasted: Das hat sich als großer Vorteil erwiesen. Hygiene ist heute ein sehr wichtiger Punkt bei der Investitionsentscheidung in der Backwarenindustrie. Deshalb ist übrigens auch Alice komplett nass zu reinigen. Sämtliche Gehäuse- und Pumpenteile kann man in die Spülmaschine stecken und die Pumpenwellen sind aus einem Guss und damit bakteriologisch sicher.

+ Keil: Aasted war früher eher etwas „schokoladenlastig“, mit Alice und DFT verschieben sich die Gewichte zunehmend Richtung Keks- und Kuchenindustrie, was kommt als nächstes?

+ Aasted: Wir haben an uns selber den Anspruch, das, was wir tun, gut zu machen. Deshalb werden wir nicht den zweiten Schritt vor dem ersten tun. Aasted und DFT müssen zusammenwachsen, ein gemeinsames Turn-Key-Geschäft aufbauen, ihre Produktreihen weiterentwickeln und mit ihrer Kompetenz am Markt überzeugen. DFT hat große Erfahrungen im Bau von Pizzalinien – das könnte eines Tages ein neuer Ansatzpunkt sein.

+ Keil: Herr Aasted, ich danke Ihnen für dieses Gespräch.

+++

ANZEIGE



75
Years of
Quality
Service

Weltweit führender Anbieter von Brotschneide-Klingen seit mehr als 75 Jahren.

- Brot- und Brötchen-Klingen
- Gattermesser und Führungen
- Automatische Schleifgeräte

- Wellenschliff-Messer
- Transportbänder
(Multiflex & Monoflex)



HANSALOY®



Tel. ++1-800-553 4992 • Fax ++1-563-386 7707 • sales@hansaloy.com • www.hansaloy.com