

Die Rückkehr des Rührkuchenkönigs

STARCAKE-GRÜNDER OTTO LITHARDT STREBT DAS „MAGISCHE DREIECK“ AN: QUALITÄTSFÜHRERSCHAFT, KOSTENFÜHRERSCHAFT UND INNOVATIONSFÜHRERSCHAFT.



++ Bild 1



++ Bild 2

++ Bild 1

StarCake vor dem großen Start: Otto Lidhardt (rechts) und Mitgesellschafter Bernd Schumacher glauben an den großen Erfolg auf dem Rührkuchenmarkt

++ Bild 2

Im neuen Werk werden etwas kleinere, aber hochflexible Anlagen installiert

+ Wer sich mit dem europäischen Rührkuchenmarkt beschäftigt, kommt seit Neustem an der StarCake Hanina GmbH in Prichsenstadt, einem Ortsteil von Altenhöfen bei Würzburg, nicht mehr vorbei. Dort laufen derzeit die ersten Lieferungen. Für das Jahr 2012 sind die Auftragsbücher voll und an der Erweiterung der Produktionskapazitäten durch Zukäufe wird konzentriert gearbeitet. Das Wort Qualitätsführerschaft geht dem Gründer des Unternehmens dabei mit einer ernsthaften Überzeugung von

den Lippen. „Wir werden das bestimmt“, sagt Otto Lithardt. Bei dem Hamelner klingt das glaubhaft. Er ist ein großer Kenner der Branche und hat bereits zwei Unternehmen zur Marktführerschaft gebracht.

1975 baute er die Lady Cake Gruppe auf und machte sie zum erfolgreichsten Hersteller von Folienkuchen in Deutschland. 1990 verkaufte er an den Südzucker-Konzern und blieb dort noch fünf Jahre lang Manager der Sparte Europäische Backwaren. Dann folgte der Ausstieg. „Konzern ist nicht unser

ANZEIGE



75 Years of Quality Service

**Weltweit führender Anbieter von
Brot- und Brötchen-Klingen seit mehr als 75 Jahren.**

- Brot- und Brötchen-Klingen
- Wellenschliff-Messer
- Gattermesser und Führungen
- Transportbänder
- Automatische Schleifgeräte
- (Multiflex & Monoflex)





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



© Hanina GmbH

Ding“, sagt Lithardt heute darüber. Stattdessen übernahm er mit seiner Frau Monika die Grabower Dauerbackwaren GmbH aus der Insolvenz und benannte sie in Grabower Süßwaren GmbH um. In nur knapp zehn Jahren schaffte Lithardt es, mit seinen Grabower Küsschen die Marktführerschaft vor Dickmanns zu erobern und den Umsatz von 5 Mio. EUR auf 145 Mio. EUR pro Jahr fast zu verdreifachen. Daneben produzierte die Grabower Süßwarengruppe weitere Schaumzuckerprodukte, ein breites Sortiment von Waffeln, Keksen, sowie Knäckebrot.

Rührkuchen gehörten nicht ins Portfolio. Doch: „Wir hatten in der Grabower Gruppe immer geplant, Kuchen zu machen“, sagt Lithardt. Die Leidenschaft zu diesem Produkt muss groß sein. Denn als der erfolgreiche Geschäftsmann 2010 sein florierendes Imperium an den zum niederländischen Investment-Konzern NPM Capital gehörenden Gebäckkonzern Continental Bakeries verkaufte, sparte er die Werke in Prichsenstadt und Herten aus.

Von dort aus läuft seither der Neustart in die Rührkuchensparte. Dabei sind Lithardts Strategien ähnlich wie jene, mit denen er 1996 Grabower zum Erfolg führte: „Der Handel mag nicht immer Marktführer“, erklärt er. Das ist für ihn zum einen Psychologie. Zum anderen können Marktführer dem Handel die Konditionen aufzwingen. Dagegen liebe der Handel den Zweiten, weil hier deutlich höhere Margen zu verdienen und die Verkaufspreise für die Kunden niedriger sind. „Das ist für uns die Lücke“, sagt Lithardt. Genau in diese war er mit seinen Grabower Küsschen gestoßen. Zwar sind die Margen niedriger, aber die Ausgaben für Marketing auch deutlich geringer als beim Marktführer. Den Durchbruch mit Grabower schaffte Lithardt, nachdem er bei Aldi gelistet wurde. Denn damit konnte er nicht nur seinen Um-

satz fast auf einen Schlag verdoppeln, sondern es war auch ein Qualitätssiegel. Andere Handelsketten gewannen er Stück für Stück dazu.

Auch jetzt setzt Lithardt wieder auf Private Label. Die guten Kontakte, die er in den Handel hat, erleichtern die Akquisition. „Wir versuchen, die Größten zu bekommen“, sagt er und muss auch bereits erfolgreich verhandelt haben, denn seine Auftragsbücher sind für 2012 voll. Der Geschäftsmann geht von einem Mindestumsatz von 25 Mio. EUR allein auf dem deutschen Markt aus. Aber auch im europäischen Ausland knüpft er bereits Kontakte. Mittelfristig rechnet er mit einem Exportanteil von 30 bis 40 %. Die jeweils größten Handelsketten sind dabei sein Ziel: „Wenn Sie beispielsweise in England Marks & Spencer gewinnen können, brauchen Sie dort keinen weiteren Kunden.“

Um diese Märkte bedienen zu können, muss StarCake landestypisch produzieren. Die Kuchen für den holländischen Markt sind beispielsweise sehr viel feuchter als die in Deutschland. Die Engländer lieben es süß und farbig. „Wir sind dazu bereit und fähig solche Kuchen herzustellen und haben europaweit Netzwerke zu Fachleuten“, sagt Lithardt, dessen Kontakte nach bald 40 Jahren in der Süßwarenbranche enorm sind. Auch in Prichsenstadt ist der Mitarbeiterstamm inzwischen komplett. Es gibt dabei Personen, die begleiten den Unternehmer bereits seit Lady-Cake-Zeiten.

Darüber hinaus setzt Lithardt auf eine überschaubare Anzahl an Sorten. „Bei zu vielen Produktionswechseln verlieren Sie zu viel Zeit“, weiß der Vollblutunternehmer, der den Neustart in die Kuchenbranche von bisher mehr als 15 Mio. EUR zum großen Teil aus seinen Erlösen aus dem Verkauf der Grabower-Gruppe finanzieren kann. Dazu kommt noch Eigenkapital von weiteren Gesellschaftern. In seinem Werk in Prichsenstadt werden auf 5.000 m² Produktionsfläche in drei Anlagen drei Artikelgruppen gefertigt: Blockkuchen, Blechkuchen in Alu-Schalen und runde Kuchen (beispielsweise Gugelhupf oder XXL-Muffins). 6.000 Produkte pro Stunde schaffen die Anlagen.

Inzwischen hat der Geschäftsmann ein Werk rund 1.000 Meter entfernt erwerben können. Dort sollen auf 4.000 bis 5.000 m² Produktionsfläche etwas kleinere, aber hochflexible Anlagen installiert werden. „Wir werden dort üben, was der Handel sich wünscht und was wir im Ausland gesehen haben.“

Denn Innovation gehört zu einem der drei Schlagwörter von Lithardt. „Wir streben die Innovationsführerschaft, die Kostenführerschaft und die Qualitätsführerschaft an.“ Das nennt Lithardt das „magische Dreieck“, und tatsächlich richtet er all sein Bestreben danach aus.

Die Produktion eines schlanken Sortiments hilft ebenso Kosten zu sparen wie die Fotovoltaikanlage und das Blockheizkraftwerk mit 50.000-l-Tank auf dem neuen Betriebsgelände. „Damit decken wir hier unseren kompletten Energiebedarf.“ Herzstück ist allerdings die Installation der modernsten Technik, die zurzeit für diese Sparte verfügbar ist. Das hilft der StarCake Hanina GmbH nicht nur bei der Kostenoptimierung, sondern auch bei der Qualität. Gearbeitet wird in Reinraumtechnik. Dadurch ist es möglich, eine Mindesthaltbarkeit von acht Wochen zu erreichen, ohne

Alkohol zur Konservierung verwenden zu müssen. Auch brauchen die Kuchen nicht mit einer dicken Fettglasur umhüllt zu sein und mit überwiegend gehärteten Fetten produziert zu werden, um sie feucht zu halten. „Wir verwenden Schokolade, ungehärtete Fette und arbeiten mit Clean Label“, erläutert Lithardt seine Strategien für hohe Qualität. Innovationen werden allerdings noch eine Weile auf sich warten lassen. „Wir haben jede Menge Ideen, aber wir können sie im Moment noch nicht realisieren, denn wir sind voll“, bedauert Lithardt. Er bemüht sich um Zukäufe, damit er auf mehr Fläche produzieren kann. Aber das braucht seine Zeit, und daran wird mit Hochdruck gearbeitet.

Einen Zukauf hat er schon getätigt, und er wirkt zunächst ungewöhnlich: Im Sommer dieses Jahres kaufte die StarCake Hanina GmbH die Mannheimer Brezelfabrik Ams GmbH + Co. KG. Das Werk hat eine Produktkapazität von 15 Mio. Stück und Lithardt konnte die Produktionsmenge gleich aus dem Stand verdoppeln, weil er sofort einen neuen Kunden aus dem Bio-Bereich hinzugewonnen hatte. Doch Brezeln sind für den Kuchenhersteller nur in zweiter Linie interessant. Wichtig sind ihm an diesem Geschäft die Vertriebswege. „Es gibt noch keinen Kuchen im Bake-off-System. Das können wir hier üben.“ Sowohl der Verkauf direkt an Endverbraucher über Filialen nach dem Vorbild von Ditsch ist für Lithardt denkbar wie auch umgekehrt das Herstellen von Laugengebäck direkt für den Handel. An dieser Stelle kommt es zu einem Know-how-Transfer, der so recht nach Lithardts Geschmack sein dürfte.

Planvoll betreibt der Inhaber den Aufbau seiner Unternehmen. Inzwischen arbeitet er aber auch planvoll an seinem langsamen Ausstieg. Lithardt rechnet damit, dass es drei Jahre dauern wird, bis die Anschubfinanzierung abgeschlossen ist. Danach möchte er sich dann mit seiner Frau zusammen in den Aufsichtsrat zurückziehen. Sein Nachfolger wird der heutige Mitgesellschafter Bernd Schumacher, den Lithardt



© Hanina GmbH

bereits aus seinen Tagen bei Grabower kennt. Vorher wird der Kuchenmarkt aber noch erheblich in Bewegung geraten. „Wir glauben, dass dieses Segment nicht weiter wächst. Wir werden den anderen etwas wegnehmen müssen. Das wird richtig spannend.“ +++

ANZEIGE

www.boyensbackservice.de

Wir kriegen's gebacken!

UNIFILLER DOSIERTECHNIK

für vielfältige Einsatzbereiche




BACKTRENNTL.

- Portionieren, Dekorieren, Füllen, Pumpen und Transferieren
- Bis zu 2400 Dosierungen pro Stunde
- Modular erweiterbar von Handwerk - bis zur Industrielösung
- Produkt- und Kalkulationssicherheit durch gewichtsgenaue Portionierung oder Abfüllung
- Von kompakten, flexiblen Einzelmaschinen bis zur vollautomatischen Abfüll- oder Dekorierlinie

boyens backservice GmbH
Gildestraße 76-80 · 49479 Ibbenbüren

Telefon +49 (0) 54 51-96 37-0
Telefax +49 (0) 54 51-96 37-16

info@boyensbackservice.de
www.boyensbackservice.de





Dies ist ein Artikel aus der Fachzeitschrift **brot+backwaren, die 6-mal jährlich erscheint.**

Als Abonnent erhalten Sie die Fachzeitschrift mit Praxisreportagen, Berichten aus Forschung und Entwicklung, Marktanalysen und Firmenportraits sofort nach Erscheinen. Damit haben Sie einen fundierten und umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Technik sowie der Backbranche.

Interessierte können die Zeitschrift unter
www.brotundbackwaren.de

zum Kennenlernen kostenlos und unverbindlich
zum Probelesen bestellen.

In unserem Archiv auf dieser Homepage finden Sie sämtliche Berichte auch als PDF-Datei. Die Fachartikel finden Sie dort nach Jahrgängen sortiert; sie können per Volltextsuche durchsucht werden.

++ Copyrights, Texte zitieren und nutzen

Bitte beachten Sie, dass das einfache Zitieren unserer Texte erlaubt ist, solange sich die Länge des Zitats im Rahmen hält. Dabei halten wir drei Sätze für eine gute Grenze. Verlinken Sie bitte auf unseren Text. Nur wenn Sie mit dem Zitat Werbung machen oder es gewerbsmäßig an Dritte weitergeben wollen, fragen Sie uns bitte erst unter info@foodmultimedia.de.

Längeres Zitieren oder Übernehmen unserer Texte ist nur nach Übereinkunft mit f2m erlaubt. Bilder aus unseren Texten sowie Videos dürfen nur nach Lizenzierung mit den Rechteinhabern weiterverwendet werden.

Ansonsten gilt das übliche Copyright: Wir, die f2m food multimedia gmbh, behalten uns alle Rechte an den Beiträgen auf unserer Seite vor.

++ Haben Sie noch Fragen? Dann wenden Sie sich bitte an uns.