

200 Mio. Brezeln im Jahr produziert das Unternehmen.



Ditsch auf der Überholspur

Der Mainzer Brezel-Bäcker Ditsch liefert seine Gebäcke z.Zt. in 185 eigene Verkaufsstellen und über den Großhandel in Bäckereifilialen. Das Wachstum geht ungebremst weiter.

200 Mio. tiefgefrorene Teiglinge verlassen jährlich die beiden Produktionen der Brezelbäckerei Ditsch GmbH, 40% davon in Brezelform. Aber nicht nur Brezeln und Herzhaftes werden produziert. Gefüllte und ungefüllte Croissants runden das Sortiment ab.

Im Stammwerk Mainz, wo Ditsch in Produktion und Verwaltung 160 Mitarbeiter beschäftigt, wurde in diesem Jahr eine Brezellinie mit Schlingautomaten der zweiten Generation ausgestattet. Die Anlagen der A. Fritsch GmbH & Co. KG Bäckereimaschinen, Markt-Einersheim, (siehe bb 10, S. 34 – 35) arbeiten mit einem pneumatischen Schlingsystem. Die Stundenleistung der Linie liegt bei 12.000 Brezeln.

In der vor drei Jahren eröffneten zweiten Produktion. Im „Dessora Industriepark Oranienbaum“ stehen 130 Mitarbeiter auf der Lohnliste.

Auf den 10.000 m², die sich Herstellung und TK-Lager dort teilen, produzieren vier Linien neben Brezeln, Brötchen, Stangen und Pizzazungen auch vorgebackene Laugenprodukte. Und die Nachfrage wächst. Die Auslastung der Brezelanlagen liegt nach Angaben von Vertriebsleiter-Handel Frank Keienburg bereits bei 80% im Schichtbetrieb. Jüngst wurden eine neue Linie für Pizzen und ein TK-Lager mit zusätzlich 4.000 Palettenstellplätzen gebaut. Weitere 7 Mio. € investierte das Unternehmen in diesem Jahr in den neuen Standort.

Wachstumsstrategie:

Mehr als 60% des Umsatzes generiert Ditsch aus dem Filialgeschäft. Mit einem Kernsortiment von 12 bis 15 Produkten versorgt eine ausgefeilte Lieferlogistik rund 200 Ditsch-Filialen. Das klassische Outlet ist ein kleiner Laden in 1-A-Lage, in oder an Bahnhöfen. Ab einem Kundenlauf von 20.000 potentiellen Käufern ist ein Standort für den Brezelbäcker interessant, schließlich konkurriert man mit Fast Food Ketten, Bagel- und Coffeeshops.

Sämtliche Standorte sind an selbstständige Agenturpartner verpachtet. Ditsch stellt die benötigte Ausstattung wie Ladeneinrichtung, Backöfen und Know-how zur Verfügung. Für die Qualitätssicherung ist ebenfalls Ditsch zuständig.

Kontrolliertes Wachstum lautet die Devise. Pro Jahr visieren die Mainzer rund 20 neue Filialen an. Bald soll es keine weißen Flecken mehr auf der Deutschlandkarte geben. Das langfristige Ziel sind 500 Filialen.

Ditsch kompakt

- ➔ Produktionsstandorte in Mainz und Oranienbaum mit ca. 290 Mitarbeitern
- ➔ Rund 200 Verkaufsstellen mit 1.500 Mitarbeitern
- ➔ Umsatz 2002: 60 Mio. €
- ➔ Kernsortiment: 20 Produkte

Ditsch mit neuen Konzepten: belegte Gebäcke und Kaffee.



Das Unternehmen**testet immer wieder neue Konzepte:**

Belegte Brezeln bietet das Schweizer Schwesterunternehmen „Brezelkönig“ an. Fünf solcher Shops betreibt Ditsch in Deutschland.

In Mainz realisierte die GmbH das Konzept „Ditsch Coffee & Snacks“. Angelehnt an den Brezelkönig gibt es dort seit November 2002 neben Laugengebäcken und Croissants auch belegte Laugensnacks und Kaffeespezialitäten.



iba-Neuheit: eckige Gebäcke mit 70 g Füllung und 70 g Teig.

Seit Mitte der 90er Jahre beliefert Ditsch auch den Großhandel mit TK-Ware. Über diesen Weg erreicht man Bäckereien, Gastronomen, Heimdienste und Caterer. Dieses zweite Standbein macht 40% des Umsatzes aus. 20 Produkte bilden das Kernsortiment. Spezielle Kundenwünsche berücksichtigt das Unternehmen bei einer Abnahme von 100.000 Brezeln bzw. ab 50.000 Pizzen monatlich. „Mit unseren Tiefkühlprodukten haben wir uns noch rechtzeitig in einer Nische des stark wachsenden Backwaren-Markts etabliert“, so Keienburg. Auch außerhalb Deutschlands gibt es Kunden für die Ditsch-Produkte. Exportiert wird in alle europäischen Länder, die USA und in den asiatischen Raum. Rund 5% des Umsatzes macht das wachsende Exportgeschäft aus. Die Mainzer wollen ihr Wachstum zweigleisig (Handelsware, Export und Filialbetrieb) weiter vorantreiben.

Zuwächse:

Besonders im Laugengebäck-Bereich rechnet das Unternehmen mit weiteren Zuwächsen. 2002 erzielte Ditsch einen Umsatz von 60 Mio. €, ein Plus von 10% gegenüber dem Vorjahr. Das Schweizer Unternehmen Brezelkönig erzielte einen Umsatz von 6,4 Mio. €. Die Fahrt auf der Überholspur geht weiter: Für das Jahr 2003 ist ein Umsatzplus von 8% angepeilt. ■

Geschichte

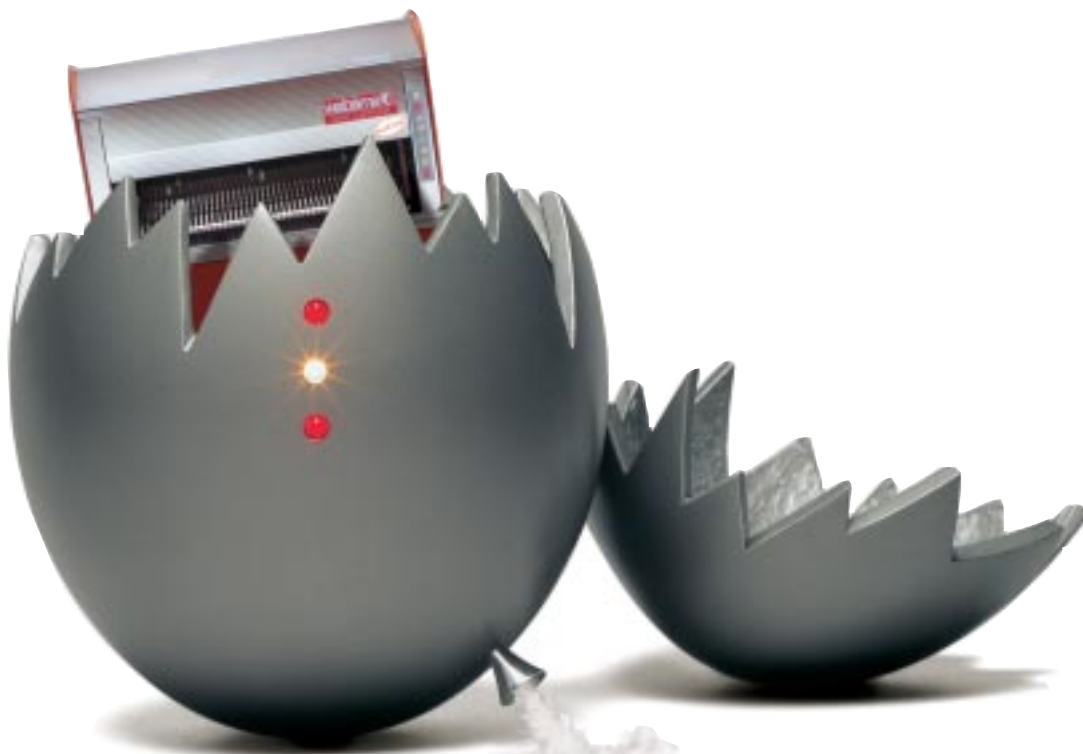
1919 gründete Bäckermeister Wilhelm Ditsch eine Feinbäckerei in Mainz. Der Sohn des Gründers, Bäckermeister Heinz Ditsch, spezialisierte die Bäckerei 1975 auf die Produktion von Laugengebäck. Sein Sohn, der Kaufmann Peter Ditsch, übernahm 1979 den Betrieb.

Er erkannte den Trend zu Fast Food und Snacks. Technische Entwicklungen wie die Kühltechnik und der Ladenbackofen machen es möglich, den Kunden ständig frische Brezeln anzubieten.«

Anzeige

WIR HABEN WIEDER ETWAS AUSGEBRÜTET

... SIGNA ELEKTRONIK tecline



raimer böhmke • concept & design • quisseldorf

wabäma

VORSPRUNG DURCH INNOVATION