

Bodenständiges Handeln mit frischen Strategien

Mit Stammsitz im westpfälzischen Pirmasens betreibt die WASGAU Produktions & Handels AG rund 80 Lebensmittelmärkte. Eine eigene Bäckerei stellt für die Niederlassungen frische Backwaren sowie TK-Ware her, die in der Vorkassenzone verkauft werden.



++ Die Filialen in der Vorkassenzone sollen der gastronomische Treffpunkt sein

+ Die WASGAU Produktions & Handels AG, Pirmasens, beschäftigt fast 4.000 Mitarbeiter und erwirtschaftet 2015 einen Umsatz von rund 513 Mio. EUR. Eine eigene Fleischerei sowie eine eigene Bäckerei versorgen die rund 80 Verbrauchermärkte mit Ware. Dabei bezeichnet sich das Unternehmen durchaus als bodenständig – allerdings gepaart mit immer neuen Ideen und frischen Strategien, um den Kunden laufend ein neues Einkaufserlebnis bieten zu können. Dafür investiert das Unternehmen kontinuierlich. So flossen in den letzten Jahren über 25 Mio. EUR alleine in die Erneuerung der Backwarenproduktion, in den Verkauf und den Ladenbau. „Moderne Produktions- und Steuerungsstrukturen erlauben es, die Marktanteile weiter zu erhöhen und die Wettbewerbsposition zu verbessern. Zudem wird das Angebot an Backwaren ständig angepasst, um den Verbraucherwünschen zu entsprechen“, erklärt Geschäftsführer Sascha Kieninger. So gibt es z. B. eigene neu entwickelte Produkte mit Urgetreide. Aber auch Holzbackofen-Brote erfreuen sich einer wachsenden Beliebtheit. Maßgeblich an der Entwicklung der neuen Produkte beteiligt ist Jürgen Landoll. Der Lebensmitteltechniker trägt als Produktions-

leiter die Verantwortung bei der WASGAU Bäckerei & Konditorei GmbH.

Ausbau der Produktion

Die Backstube wuchs in den letzten Jahren kontinuierlich und umfasst heute eine Fläche von rund 8.000 qm. Dabei ist die Produktion räumlich und logistisch in zwei Teile getrennt. In einem Bereich stellen die Mitarbeiter nur TK-Ware her, in dem anderen Teil werden frische Backwaren hergestellt. Dabei verlassen zu ca. 40 % frische Backwaren und rund 60 % TK-Gebäcke die Produktion in Pirmasens. Gearbeitet wird in zwei Schichten und so verbrauchen die Mitarbeiter in der Bäckerei rund 500 Tonnen Mehl im Monat. Ca. 110 verschiedene Produkte umfasst das gesamte Sortiment, welches ständig angepasst wird. „Gerade im Feingebäckbereich möchte der Kunde Abwechslung“, erklärt Produktionsleiter Jürgen Landoll. Eines der umsatzstärksten Produkte sind allerdings die Rosenbrötchen, die als Feierabendbrötchen bezeichnet werden. Feierabendbrötchen, aber auch bis zu 6.000 Laugenbrezeln pro Stunde, von Hand geschlungen, genauso wie einige Feine Backwaren und



++ Neben Ladenbacköfen setzt das Unternehmen z. B. auch auf Pizzaöfen

Baguettes, werden als TK-Teiglinge in Pirmasens produziert und tiefgefroren in die Filialen geliefert. Insgesamt stehen den Mitarbeitern vier Linien in der TK-Warenproduktion zur Verfügung.

Die TK-Backwaren gelangen nach dem Verpacken in das automatische Tiefkühlager, welches 2015 modernisiert wurde. Dabei wurde ein Paletten-Shuttle installiert, welches die Paletten bis zu fünffachtief ein- und auslagert. Das Energiemanagement des Shuttles wird durch Superkondensatoren sichergestellt. Hierdurch sind sowohl die Schleifleitungen in jedem Kanal entfallen als auch die ehemals eingesetzten Kabelsysteme.

Neben den bestehenden Anlagen von König, Fritsch und Diosna ist die nächste Investition von Produktionsleiter Landoll im TK-Bereich der Produktion schon geplant; er wird in neue Knetter von Sancassiano Spa investieren. Es sollen Hydra-Knetter aus Italien werden, die über ein spezielles Knetwerkzeug verfügen. Die frequenzgesteuerten Anlagen haben Landoll bei Back- und Knetversuchen vor Ort in der eigenen Backstube durch eine geringe Teigerwärmung und eine höhere Wasserzugabe zum Teig überzeugt.

Handwerklich produziert

Der Bereich frische Backwaren verfügt insgesamt über sieben Linien, wobei viele Backwaren per Hand aufgearbeitet werden. Neben 12 neuen Stikkenöfen roll-in e+ von Miwe investierte die Bäckerei auch in neue Holzbacköfen von Häussler, da die Nachfrage nach diesen Broten steigt. Insgesamt stehen heute drei Holz-Etagen-Öfen mit je zwei Etagen in der Produktion. Der Verbrauch an Pellets für die Holzbacköfen liegt heute bei rund sechs Tonnen im Monat. Die Auslastung der Anlagen in der gesamten Produktion



++ Die Produktion der Bäckerei verfügt über einen Bereich, in dem die Mitarbeiter frische Backwaren herstellen



++ Eine der jüngsten Investitionen im Bereich frische Backwaren sind neue Stikkenöfen, die weniger Energie verbrauchen



++ Im Produktionsbereich TK stehen vier Linien, die automatisiert arbeiten. Produziert werden z. B. Kleingebäcke oder Baguettes

beträgt ca. 80 %. Neben der Anschaffung neuer LED-Lampen für die Backstube, einerseits für eine bessere Beleuchtung, andererseits, um Energie zu sparen, investierten Geschäftsführer Sascha Kieninger und Produktionsleiter Jürgen Landoll in eine neue Kistenwaschanlage samt Logistik und Kistenlager von der psb GmbH aus Pirmasens. Eine Wärmerückgewinnungsanlage heizt für das System das Wasser auf, welches in einem Puffertank lagert und dann die Korbwaschanlage speist. Die Waschanlage arbeitet dabei vollautomatisch und reinigt die Standardkörbe mit 92 °C heißem Wasser. Nach dem Waschen hat jeder Korb eine maximale Restfeuchte von zwei Gramm und wird in ein Lager befördert, welches 14.700 Körben Platz bietet.

Warenverteilung

Bei der Verteilung der Backwaren wird mit einem toolbox-System gearbeitet. Anhand von Displays, welche an der Decke in der Distribution angebracht sind, orientieren sich die Mitarbeiter des Versands bei der Warenverteilung. Anschließend bringen bis zu 65 konzerneigene Fahrzeuge die Backwaren zu den Filialen in den Wasgau-Märkten. „Wir setzen zur Warenverteilung auf Fahrzeuge der neusten Generation mit geringen Emissionen. Damit wollen wir aktiv einen Beitrag zum Umweltschutz leisten“, erklärt Bäckerei-Geschäftsführer Sascha Kieninger. Einer der Abnehmer der

Gebäcke ist ein erst Ende 2016 nach einem Umbau wieder eröffneter neuer Konzeptmarkt in Pirmasens. Dort können verschiedene neue Ideen ausprobiert werden wie z. B. die Fokussierung auf den Gastronomie-Bereich. Die Kunden des Marktes finden in der Vorkassenzonen viele Sitzgelegenheiten und können z. B. frische Pizza oder Pasta sowie Heiß- und Kaltgetränke ordern. „So wollen wir uns auch gegenüber Discountern abgrenzen“, erläutert Jürgen Landoll. So sollen sich die Bäckereifilialen in den Märkten zum gastronomischen Treffpunkt entwickeln, da dieser Bereich noch Wachstumspotenzial bietet. Auf die Aufteilung des Umsatzes nach Sortiment erklärt Geschäftsführer Kieninger, dass der Brotanteil bei 25 % liegt, Kleingebäcke 24 % des Umsatzes ausmachen, der Feingebäckanteil bei 28 % liegt und der Gastro-Anteil bei 15 %. Dazu kommen noch Handelsware und Getränke, welche von den rund 38.000 Kunden im Tagesdurchschnitt gekauft werden. Noch können die Kunden die Gebäcke nur in den Vorkassenbäckereien in den Wasgau-Supermärkten kaufen, aber Jürgen Landoll und Sascha Kieninger können sich gut vorstellen, eine eigene alleinstehende Bäckereifiliale zu übernehmen oder Standorte zu übernehmen, falls sich eine gute Gelegenheit ergibt. Ansonsten wollen die beiden beim bodenständigen Handeln gepaart mit frischen Strategien bleiben und die bestehenden Standorte weiter ausbauen. +++



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.