

sp-Portrait: Dem Kunden stets den besten Service bieten

Hohe Qualität und exzellenten Service, verbunden mit Zuverlässigkeit und hoher Flexibilität, zählt Schokinag zu seinen Stärken. Ein weiteres Plus ist der leistungsfähige Bereich Forschung und Entwicklung, der schnelle Neuentwicklungen ermöglicht.

Von Dr. Bernhard Reichenbach

Ein Rundgang durch die Werkhallen des Mannheimer Schokoladenherstellers Schokinag, vorbei an voluminösen Produktionsanlagen und Tanks für Rohstoffe sowie für fertige Schokolade, ist eine schweißtreibende Angelegenheit – speziell in der aus Hygienegründen obligatorischen Reinraumkleidung mit Kunststoffhaube und -mantel. Die bei der Schokoladenproduktion entstehende Abwärme der heißen Schokolade und der teils übermannshohen Maschinen wie Mischer, Fünfwalzwerke und Conchen lässt tropische Gefühle aufkommen. Die Maschinen des 120-Mitarbeiter-Unternehmens, das zu den bedeutendsten Herstellern industrieller Schokoladen in Europa zählt, erzeugen ein breites Spektrum an flüssiger und fester Schokolade sowie Schokoladenkomponenten in großem Maßstab. Die Abnehmer stammen zu mehr als der Hälfte aus der Süßwarenindustrie, zu gut einem Viertel aus der Backwaren- und Speiseeisindustrie, der Rest verteilt sich auf Handel und Handwerk.

Die Jahreskapazität von Schokinag liegt derzeit zwischen 80.000 und 90.000 t. Sie soll, da die Geschäfte gut laufen, deutlich ausgebaut werden. „Dafür wollen wir in den kommenden drei bis fünf Jahren rund zehn Millionen Euro investieren“, blickt Rolf Eiermann in die Zukunft. Der Schokoladenexperte ist seit 1989 bei dem 1923 gegründeten Traditionsunternehmen angestellt und seit 2009 dessen Geschäftsführer.

Im gleichen Jahr wurde Schokinag von der Gründerfamilie veräußert und ging nach einigen Eigentümerwechseln 2016 schließlich in die Hände der niederländischen Investoren Nimbus und Varova über. „Diese lassen uns weitgehend freie Hand“, hebt Rolf Eiermann hervor. „Wir sind – wieder – ein selbständig agierendes mittelständisch geprägtes Unternehmen mit kurzen Entscheidungswegen – und unsere Kunden sind froh darüber. Durch tatkräftige Unterstützung der Investoren konnten wir schnell wieder auf eigenen Füßen stehen. Der Aufbau einer professionellen Einkaufsstruktur und die Organisation neuer Finanzierungspartner können hier beispielhaft genannt werden.“



Schokinag bietet ein breites Produktspektrum, das weiter ausgebaut werden soll. (Bilder: Schokinag/Reichenbach)



Geschäftsführer Rolf Eiermann setzt auf hohe Qualität und perfekten Service, der auch ...



... durch das eigene Entwicklungslabor gewährleistet wird.



100 % der flüssigen Schokolade wird nach individuellen, maßgeschneiderten Kundenrezepten hergestellt.

Gute Chancen für neue Exportmärkte

Der Jahresumsatz, der sehr abhängig von den Rohstoffpreisen ist, liegt im unteren dreistelligen Millionenbereich. Erwirtschaftet wird er mit dunkler Schokolade (mit bis zu 85 % Kakaoanteil), weißer Schokolade sowie Milchsokolade in großteils flüssiger Form. Die Produkte fester Konsistenz gehen in verschiedenen Größen, vielfältigen Formen und unterschiedlichen Verpackungen an die Kunden, beispielsweise als Drops oder Chips für Backwaren wie etwa Cookies. Anteilsmäßig entfallen je 40 bis 45 % auf dunkle Schokolade sowie Milchsokolade und rund 15 % auf die weiße Variante. „Die flüssige Schokolade verkaufen wir europaweit, die feste – die sich einfacher transportieren lässt – weltweit“, erläutert Rolf Eiermann. „60 bis 70 Prozent der festen und 100 Prozent der flüssigen Schokolade stellen wir nach individuellen, maßgeschneiderten Kundenrezepten her.“ Einen wesentlichen Teil seiner Kakao-basierten Rohstoffe bezieht Schokinag auf kurzem Weg von einem „über der Straße“ gelegenen kakaoverarbeitenden Betrieb, zu dem ein guter Kontakt besteht. Dies nicht ohne Grund: Das Unternehmen, das jetzt zu Olam gehört, war früher Teil von Schokinag. „Wir verarbeiten jedoch auch unsere eigenen Kakaobohnen, vor allem wenn es um spezielle Bohnensorten oder um zertifizierte nachhaltige Kakaobohnen geht“, merkt Rolf Eiermann an. Die Produkte aus Mannheim gehen zum größten Teil in den EU-Raum. Die wichtigsten Absatzmärkte sind Deutschland und angrenzende Länder. Rolf Eiermann sieht aber auch Chancen zu expandieren, etwa in Richtung Osteuropa, Großbritannien und USA, in den Nahen Osten, aber auch in andere Regionen weltweit. „Unser Standort Mannheim liegt in der Mitte Europas. Wir sehen uns daher geografisch in einer vorteilhaften Position.“

Investitionen in diverse Optimierungen

Damit die Absatzzahlen auch weiterhin stimmen, ist für den Geschäftsführer eine zufriedene Kundschaft essentiell. Schokinag setzt daher bei all seinen Produkten auf hohe Qualität sowie auf einen optimierten Service, verbunden mit umfassender Beratung. „Damit heben wir uns von unseren größeren Marktbegleitern ab, da wir schneller und flexibler agieren können“, betont Rolf Eiermann, der sein Unternehmen an Position fünf weltweit sieht – hinter Großunternehmen wie Barry Callebaut oder Cargill. Für den Schokinag-Chef bedeutet Stillstand Rückschritt. Daher



Mischtanks für die fertige Schokolade.

legt er den Fokus neben der erwähnten Steigerung der Quantität und der weiteren Verbesserung der Qualität auch auf die Erweiterung der Produktpalette sowie die Optimierung von Effizienz, Flexibilität und Zuverlässigkeit. Zu diesem Zweck sollen in den kommenden Jahren 3 bis 5 Mio. € investiert werden, denn: „Wir möchten bevorzugter Lieferant unserer Kunden sein, weil wir ihnen stets die besten Schokoladenprodukte und den besten Service zu fairem Preis bieten.“

Die Mannheimer stellen sich auf die Bedürfnisse ihrer Kunden ein und unterstützen sie intensiv bei der Produktentwicklung und -optimierung. Hierzu steht ein leistungsfähiger Bereich Forschung und Entwicklung samt firmeneigenem Technikum zur Verfügung. Dessen Hauptaufgabe ist das Kreieren neuer Rezepte für vielfältige kundenseitige Anwendungen. „Der F&E-Bereich ermöglicht uns schnelle Neuentwicklungen und Anpassungen sowie eine zügige Skalierung auf Industriemaßstab – dies ist ein Faktor, der im Business-to-Business-Bereich mitentscheidend für den Erfolg ist“, betont Rolf Eiermann und deutet an, dass einige interessante Neuheiten in der Pipeline seien. Mehr wollte er dazu nicht verraten, aber wer sich für Neues von Schokinag interessiert, kann das Unternehmen auf der Fachmesse Fi Europe (Halle 11.1, Stand D 10) besuchen. •