

## Entzerrtes Produzieren in der Profiküche



Eloma Produktions- und Technikstandort Bad Gottleuba

„Qualität, Sympathie, Herzlichkeit und Wertschätzung“ sind zentrale Elemente, mit denen der Hersteller Eloma wirbt. Dessen Kombidämpfer und Ladenbacköfen, die im Werk Bad Gottleuba gefertigt werden, richten sich sowohl an ungelernte Nutzer als auch ausdrücklich an den gelernten Koch. Ein Gespräch mit Geschäftsführer Mark Joseph Müller. Von Peter Erik Hillenbach

Herr Müller, im Jahr 2015 feierte Eloma sein 40-jähriges Jubiläum. Tradition und Moderne spielen im Selbstbild des Unternehmens eine wichtige Rolle. Wofür steht Eloma heute, worin grenzt sich Ihr Unternehmen von Ihren Marktbegleitern ab?

Wir bedienen sowohl die Einzelgastronomie als auch Altenheime, Hotels, Kettengastronomien, Catering- Betriebe, Metzger und Bäcker. Der Kombidämpfer ist ein sehr komplexes Gerät. Er muss kompatibel sein mit allen anderen Geräten in der Großküche, wo wiederum Prozesse in einem komprimierten Zeitraum stattfinden. Es spielt eine erhebliche Rolle, ob ein Anwender auf frische Küche setzt und ein anderer vornehmlich Convenienceprodukte einsetzt. Auch das Platzangebot in der Küche ist von uns als Hersteller zu beachten.

Eloma hat auf dieses Problem recht früh reagiert.

Richtig, Eloma war der erste mit sehr kompakten Geräten ? unser Modell Joker ist eine Entwicklung des Jahres 1998. Platz wird immer wichtiger, und schon damals hat es zum Beispiel Frühstückspensionen gegeben ? zugegeben, das waren ?early adoptors? ? die diese kompakten Geräte zum Aufbacken der Croissants genutzt haben. Oder denken Sie an die

Filialen der Nordsee-Kette, die sehr früh mit Frontcooking angefangen haben. Auch die Abteilküchen der Schweizer und der Deutschen Bahn haben auf den Joker gesetzt. Sie sind seit dem 1. Januar 2017 Geschäftsführer von Eloma und kommen aus dem Vertrieb und Marketing, jedoch nicht aus dem Gastgewerbe. Was ist Ihnen in der Branche zuerst aufgefallen?

Mich hat vor allem überrascht, dass es sehr wohl große Player gibt, aber manche Konzentrationsprozesse noch nicht stattgefunden haben. Die Marktsituation ist hauptsächlich von der Vielzahl der kleinen Unternehmen geprägt. Die großen Player entwickeln keine wirkliche Dominanz. Dafür ist man in der Entwicklung von Nischenangeboten sehr rührig. Mit welchen Innovationen in Ihrem Portfolio reagieren Sie auf das immer wichtiger werdende Thema Ihre Kunden in der gewerblichen Küche ? den Fachkräftemangel? Gerade Deutschland mit seinen vielen Gastronomiekonzepten ist im weltweiten Vergleich hochkomplex aufgestellt. Diese dynamische Landschaft kennt man in anderen Ländern so nicht. Ich betrachte diese Komplexität durchaus als Wettbewerbsvorteil gegenüber den globalen Ketten. Für uns als Hersteller resultiert aus dieser Situation eine zweigleisige Strategie: Das Modell GeniusMT ist unser Universal talent für jeden Nutzer. Hier können Bilder und Rezepte hinterlegt werden, er ist WLAN-fähig, prozesssicher, systemfähig und mit diesen Eigenschaften auch für ungelernete Kräfte konzipiert. Nehmen wir nur den Aspekt ?automatischer Reinigungsprozess? ? auf diese Weise kommt keine ungelernete Kraft mit gefährlichen Reinigern in Berührung.

In die andere Richtung geht dann also ?

? der Multimax für den gelernten Koch. Für den Küchenchef, der sein Handwerk versteht, der stolz auf seinen Beruf ist und diesen lebt. Dafür steht der große Drehknopf ? der Profikoch braucht eben keine eingespeicherten Bilder, sondern setzt auf seine Kreativität. Wie geht Eloma mit dem Fachkräftemangel im eigenen Unternehmen um? Greifen Sie bei Notstand auf das Personal von anderen Unternehmen der Ali Group zurück?

Eloma ist ein Unternehmen der Ali Group, einem Zusammenschluss von über 70 Unternehmen. Im Hauptquartier der Ali Group arbeiten nur 40 Personen. Die Konzernspitze ist der Meinung, die Prozesse würden sonst zu langsam, wenn sich ein Wasserkopf in der Verwaltung bildet. Alle Unternehmen der Ali Group stehen im Wettbewerb zueinander und arbeiten nach der Kaizen-Philosophie der kontinuierlichen Verbesserung. Das nur zur Verdeutlichung der Unternehmenskultur der Konzernmutter. Für Eloma bedeutet das: Wir bilden in technischen Berufen und in der IT-Abteilung aus. Unsere Fachkräfte kommen fast ausschließlich aus dem unmittelbaren Umkreis; das ist in Bad Gottleuba vielleicht eine Besonderheit im Vergleich zu westdeutschen Standorten, wo die Anfahrten durchaus länger sein dürfen.

Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind zurzeit vorherrschende Themen in der Branche. Wie setzt Ihr Unternehmen diese intern und extern mit seinen technischen Lösungen um?

Vorbemerkung: Uns ist bewusst, dass ein Großthema wie die Digitalisierung von Vordenkern und Meinungsmachern geprägt wird, aber letzten Endes muss eine so umfassende technische und gesellschaftliche Umwälzung vom User, vom Nutzer umgesetzt werden ? Es wird in der Profiküche zunehmend um Konnektivität gehen. Der WLAN-fähige GeniusMT ist bereits für diese Anforderungen gerüstet; hier lassen sich etwa HACCP-Daten oder Fehlerquoten auslesen. Die Themen Fernwartung und Präventivmaßnahmen gehen wir

demnächst verstärkt an. Ein Thema wie ?Pay per use? sehe ich eher bei Spülmaschinen, Dämpfer sind da komplexer in der Anwendung. Unser Ziel muss es sein, die folgende Botschaft zu verbreiten: Der Kombidämpfer bietet sich zum entzerrten Produzieren an. Lassen Sie uns einen Exkurs Richtung USA machen, einem wichtigen Exportmarkt. Weil nämlich ?

? Nordamerika erst spät aufs Thema Dämpfer gekommen ist, richtig. In den USA stehen eher Frittieren und Grillen im Vordergrund. Woraus sich eine große Chance für einen kleinen Hersteller wie uns ergibt, Kunden individuell zu beraten. Wir operieren von Chicago aus, dem Headquarter der Ali Group in Nordamerika. Wir beobachten dort, dass Innovation und Inspiration, kurz: der inhaltliche Push aus Europa kommt. Uns gibt das die Gelegenheit, unseren US-Kunden Geräte für gesünderes Essen zu liefern, als es US-Ketten gemeinhin produzieren. Zum Beispiel lassen sich Pommes im Dämpfer auf Gittern produzieren und sind dann eben nicht zu fettig. Generell ist der internationale Markt überall auf der Welt spannend, vom US-Riesenkunden Costco bis zum Supermarkt in Taipeh. Spannend und dazu erfolgreich, wenn wir einen Blick auf den deutschen und europäischen Markt werfen.

Für 2017/18 streben wir ein Umsatzwachstum von fünf bis zehn Prozent vor allem in der DACH-Region an. Wir wachsen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, und wir wachsen bei Kettenkunden und Hotelketten.

Stichwort Zukunft: Welche Trends und Anforderungen in gewerblichen Küchen sehen Sie? In der heutigen Gesellschaft sind wir ein Stück weit wieder zu Jägern geworden. Uns treibt die Frage an, ? Wo kriege ich etwas zu essen her?? Keine Überraschung also: Im Snackbereich ist am meisten Musik drin. Die Bäckereien werden weiterhin kompakte Geräte benötigen und ich bin gespannt auf innovative Entwicklungen bei den Metzgern. An deutschen Tankstellen und Raststätten wird schon lange nicht mehr nur Bockwurst verkauft, auch hier reagiert man auf die steigenden Ansprüche der Gäste an leichte, gesunde Snackgerichte. Wir werden darauf mit einer neuen Plattform antworten und auf der Internorga vorstellen...

? wo Sie Ihre Partner aus dem Fachhandel treffen. Was müssen diese über Ihre Produkte wissen?

Ein Kombidämpfer ist immer erklärungsintensiv. Wir setzen bei unseren Partnern aus dem Fachhandel auf beratungsintensiven Verkauf und auf Maßnahmen für den Endkunden, die Geräte möglichst breit einzusetzen.

Wie halten Sie es mit dem Thema Online-Fachhandel?

Ich bin kein Dogmatiker, der Kompaktgeräte nicht online verkaufen würde. Aber keine Sorge, der stationäre Fachhandel stirbt nicht, auch wenn er schon seit 15 Jahren totgesagt wird. Er muss jedoch alle zwei bis drei Jahre bereit sein, sich neu zu erfinden. Auch über dieses Thema gibt es einen regelmäßigen Austausch mit unseren Partnern.

Und was geben Sie dem Fachhändler an die Hand, damit dieser wiederum seine Kunden über Ihre Lösungen informieren kann?

Für den Fachhandel führen wir Schulungen in Maisach und Bad Gottleuba oder auch vor Ort durch. Unsere A- Händler überzeugen durch einen hohen Grad an Professionalisierung, sie bedienen einen großen Markt in ihrem Umkreis und weisen ein gewisses Umsatzvolumen auf. Wir bieten Vor-Ort-Schulungen, beschäftigen Anwendungsberater. Selbstverständlich

verfügen wir über ein hochwertiges Servicenetzwerk: sieben Außendienstler in Deutschland und vier weitere im Export, sechs Mitarbeiter im technischen Service sowie 35 selbstständige zertifizierte Servicepartner ? weltweit sind es 70 ? die zu jeder Tages- und Nachtzeit zu erreichen sind. Wir leben eine sehr enge Zusammenarbeit mit unseren Fachhändlern. Wir hören zu, um daraus zu lernen und uns und unsere Produkte weiterzuentwickeln. Unsere Lösungen sind individuell auf den Kunden abgestimmt, wenn wir ihm unsere Wartungsverträge als Dienstleistungspaket verkaufen. Es macht nämlich einen Unterschied, ob sich bei einem Kunden 18 Stunden am Tag die Grillhähnchen drehen oder ob nur gebacken wird.

&nbsp;

## FACTS

Eloma stellt Kombidämpfer und Ladenbacköfen zum Kochen und Backen her. Sitz des Unternehmens und Verwaltungsstandort ist Maisach bei München. Seit Januar 2017 ist Mark Joseph Müller Geschäftsführer als Nachfolger von Dr. Hilmar Rudloff.

Einzigster Produktionsstandort und Technikstandort von Eloma ist Bad Gottleuba bei Pirna in Sachsen. Hier arbeiten 95 Mitarbeiter, 75 davon in der Produktion, der Rest in der Verwaltung, im Technischen Service und in der Produktentwicklung.

In der Produktionshalle, ergänzt durch einen Hallenneubau aus dem Jahr 2000, werden jährlich 400-500 Tonnen Edelstahlblech zu hochwertigen Kombidämpfern und Ladenbacköfen verarbeitet.

Der aufwändig geschweißte Garraum etwa besteht aus 1 mm starkem Edelstahlblech. Stanzen, Lasern, Zuschnitt der Bleche, Entgraten, Einbau der Garraum-Isolierung, Einbau von Gehäuse, Siphon, Kabeln etc. erfolgt nach der Kanban-Methode, das heißt, das benötigte Material wird jeweils passend bei jeder entsprechenden Produktionsstufe angeliefert.

Nur wenige Teile wie etwa Deckel und Boden des Garraums werden zugekauft.

Im Schnitt 15 Stunden Produktionszeit werden pro Gerät benötigt. Man habe es aber auch schon geschafft, einen dringend benötigten Dämpferbinnen 23 Stunden von der Auftragserteilung bis zum Endaufbau beim Kunden zu produzieren.

Jedes fertige Gerät, ob Gas oder Elektro, wird einer Komplettprüfung und Reinigung unterzogen. Alle Geräte seien vor dem Versand ?zu 100 Prozent unter Volllast gelaufen?.

Die analoge Werkstatt in der Etage unter der Produktentwicklung wird von Entwicklern genutzt, um auch mal ganz altmodisch ein Teil zu drehen und etwas auszuprobieren.

Der Standort Bad Gottleuba wird auch als Versuchsküche und Schulungsort für Fachhändler und Kunden genutzt.

&nbsp;

Fotos: GW Verlag,&nbsp;Eloma