

## ?In der Thermik liegt unsere Stärke?



Eins der neuesten Highlights im Portfolio von Alto-Shaam ist der Multi-Gar-Ofen Vector ?H?, der ohne Festwasseranschluss und Abzugshaube in der Küche installiert werden kann / Foto:

Alto-Shaam

In den USA kennt fast jeder gastronomische Betrieb Alto-Shaam, hierzulande will man die Präsenz ausbauen. Brian Jahnke, Vice President Business Development, und Stefan Horn, Verkaufsleiter Deutschland, gaben Yvonne Ludwig-Alfers in Bochum nicht nur einen Einblick in die Unternehmensstrategie, sondern auch in den Multi-Gar-Ofen Vector. Herr Jahnke, Herr Horn, ?Schubladen? und ?Rotisserie? sind nur zwei Vokabeln, bei denen man an Alto-Shaam denken muss. Erzählen Sie uns bitte mehr über Ihr Unternehmen und sein Portfolio.

Stefan Horn: Gegründet wurde Alto-Shaam 1955 in Wisconsin, USA aus einer ?Not heraus?. Unser Gründer Jerry Maahs (Anagramm: Shaam) und zwei Freunde von ihm, aus deren Vornamen sich Alto zusammensetzt, hatten einen Grillhähnchen-Lieferservice. Im kalten Winter in Wisconsin kamen die zubereiteten Hühner beim Kunden oft kalt an und eine Lösung war gefragt. Auf einem Fußballplatz bemerkten sie, dass alles vereist und nur der Rasen grün war. Auf Nachfrage erfuhren sie von Heizspiralkabeln unter der Grasfläche. So wurde die Idee der Ringheizkabel in den Auslieferungsboxen geboren. Diese Technologie, die wir Halo Heat nennen, besitzen unsere heutigen Thermikgeräte. So wurde Heißhaltung geboren, ohne Qualitätsverlust über Stunden. Aus der Heißhaltung wurde Niedrigtemperaturgaren, alles möglichst mit normalem Lichtstrom, ohne Festwasseranschluss und Abluft. Wir produzieren in der Thermik alles, bis auf klassische Herde und Kipper. Hier liegt unsere Stärke. Die Kühlung, wie unsere kürzlich in Europa eingeführten Schockfroster, sind eine Nebensparte. Insgesamt produzieren wir ? je nachdem,

wie man es aufteilen will ? elf bis zwölf Produktgruppen.

Die erste Konzentration erfolgte demnach ab 1955 auf dem US-Markt. Wann und wie erfolgte der Sprung nach Europa?

Brian Jahnke: Wir haben in Europa zunächst ohne Büro und Niederlassung über Händler verkauft. Jerry Maahs war ein begeisterter Weltenbummler und hat auf europäischen Messen wie der Internorga seine Geräte ausgestellt und Kunden beziehungsweise Händler dafür begeistern können, die sie anschließend in ihr Programm aufgenommen haben. Unsere Niederlassung in Bochum haben wir vor fast 20 Jahren ins Leben gerufen. Die Geschäfte in Deutschland und parallel in Frankreich waren die ersten großen Standbeine für uns in Europa.

Gibt es große Unterschiede zwischen dem US- und dem europäischen Markt?

Jahnke: Jein. Bei den Endabnehmern sind unsere Kunden die großen Systemgastronomien ? nur in den USA gibt es mehr Ketten als in Europa. Bei der Bedienung des Marktes existieren Unterschiede. In Deutschland gibt es viele kleine und regionale Händler. In den USA haben wir ein zweistufiges System: Wir haben sogenannte Manufacturers Representatives (Werksvertreter), die allerdings nur die Verkaufsförderung steuern. Sie verkaufen keine Geräte. Das übernimmt ein selektives Händler- und Distributorennetz. Die Reps bedienen ein Gebiet nach Postleitzahlen und erhalten für ihre Verkäufe eine Provision. Wenn ein Endanwender sich für ein Gerät von uns entscheidet, dann bestellt er über einen Händler, der ebenfalls eine Vereinbarung mit unserem Unternehmen hat. Die Reps, die mit uns zusammenarbeiten, haben alle eine Demoküche, in der sie Gruppen mehrmals wöchentlich unsere Geräte vorführen. Wir haben hier ein festes Programm ins Leben gerufen: Taste of Alto-Shaam. Es handelt sich dabei um eine 90-minütige Show mit Live-Cooking, wo im Durchschnitt sieben Produktgruppen von uns vorführt werden.

Produzieren Sie ausschließlich in Milwaukee?

Jahnke: Wir produzieren nur in Milwaukee und bisher sind keine weiteren Werke in anderen Ländern geplant. Wir sind für unsere robuste Qualität weltweit bekannt und diese können wir nur garantieren, wenn wir selbst produzieren. Sogar Kleinteile für unsere Geräte stellen wir in Milwaukee her und kaufen sie nicht ein.

Das heißt, wenn ein Fachhändler oder ein Endkunde in Deutschland einen Kombidämpfer oder Vector von Alto-Shaam bestellt, kommt dieser direkt aus Amerika.

Jahnke: Richtig, dort hat das jeweilige Gerät seinen Ursprung und wird dann verschickt. Unser Zentrallager für Europa beispielsweise liegt in Neuss und wird viermal im Monat aus Amerika beliefert. Von Neuss aus bedienen wir hauptsächlich Deutschland und Frankreich sowie andere kleinere Märkte. In Großbritannien haben wir ein weiteres Lager.

Horn: Unsere Standardgeräte haben wir in Neuss immer vorrätig. Diese sind innerhalb von drei bis vier Werktagen beim Kunden. Wenn Sonderauftragungen bestellt werden, kann es sechs bis acht Wochen dauern, da diese dann direkt aus Amerika kommen.

Sie sagten auf der Internorga, Sie wollen ein globales Unternehmen sein. Welche Strategie verfolgen Sie bezüglich Ihrer Absatzmärkte?

Jahnke: Alto-Shaam ist in den USA vergleichbar mit Rational in Deutschland. Auf den dortigen Messen sind unsere Stände wesentlich größer und es gibt dort kaum einen gastronomischen Betrieb, der Alto-Shaam nicht kennt. Wir genießen dort eine hohe Reputation, die wir in anderen Märkten aus- und aufbauen wollen. Seit fünf Jahren verfolgen

wir aus diesem Grund unsere global strategy. Wir bauen zurzeit viel auf: Personal, Verkaufsbüros und neue Händler in Ländern, in denen wir noch nicht vertreten sind. Zusätzlich haben wir eine neue corporate identity geschaffen, Kataloge neu konzipiert und unsere Messeauftritte neu gestaltet. Auf der HOST in Mailand werden wir beispielsweise unseren Stand für internationale Messen in seiner endgültigen Form zeigen, wo wir auf alle unsere Zielgruppen unterschiedlich eingehen.

Richtet sich Ihr Angebot auch an die Individualgastronomie?

Jahnke: Ja, sehr sogar. Hier sind die jeweiligen kleineren Modelle unserer Geräte sehr gefragt. Des Weiteren verzeichnen wir einen hohen Abverkauf bei unseren Kühlgeräten und den Wärmeschubladen. Letztere werden besonders gern in Betrieben mit kleineren Küchen eingesetzt, denn in den Stoßzeiten stoßen diese schon mal an ihre Kapazitäten in den Bereichen Raum und Personal. Sie können nicht für 30 Tische alles auf einmal machen, sondern produzieren vor und lagern die Speisen in unseren Wärmeschubladen. Deren Halo Heat-Technologie sorgt für eine konstante Temperatur über Stunden hinweg ? ohne Qualitätsverlust. Bei manchen Lebensmitteln, wie beispielsweise Steaks, setzt sogar durch den Cook & Hold-Prozess eine Qualitätsverbesserung durch das Reifen ein.

Alto-Shaam bedient weitere Zielgruppen, darunter auch Bäckereien, Metzgereien und LEH. Gibt es hier große Unterschiede zur Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung?

Horn: Man muss es ein wenig differenzieren. Die Bäcker und Metzger werden immer mehr zu Gastronomen beziehungsweise Köchen. Sie wollen einen Imbiss über belegte Brötchen hinaus anbieten. Für diese Zielgruppen und auch für die Gastronomie sind alle unsere Geräte interessant, es unterscheidet sich meist in der Größe und Anzahl.

Ihr Vector Multi-Gar-Ofen hat einige besondere Features, zum Beispiel kann jede Kammer individuell gesteuert und geregelt werden. Was kann das Gerät noch?

Horn: Anfang 2018 haben wir den Vector präsentiert. Unsere Weltneuheit. Es klingt paradox, weil das Gerät auf reiner Heißluftbasis arbeitet, aber der Vector hat je nach Modell bis zu vier Garkammern, die unabhängig voneinander gesteuert und geregelt werden können. Ich kann gleichzeitig oben Knoblauchgarnelen garen, in der Mitte Nackensteaks oder Hähnchen grillen und unten Crème brûlée zubereiten. Oder Hamburger ? während oben die Patty grillen, entsteht mittig knuspriger Bacon und unten tosten die Buns. Alles bei unterschiedlichen Garzeiten, Temperaturen sowie Lufradgeschwindigkeiten. Die Geräte der Serie ?H? kommen komplett ohne Abzugshaube aus, da jede Garkammer über einen Katalysator verfügt. Daher ist jede Geschmacks- und Geruchsübertragung ausgeschlossen. Ein weiteres Plus: Beim permanenten Beschicken des Gerätes treten auch beim mehrmaligen Öffnen der Türe keine Temperaturverluste auf ? dank eines vertikalen Luftvorhangs, den es bei einem Kombidämpfer nicht gibt. Es ist die vertikale Hitze, die von oben nach unten sowie von unten nach oben auf die Produkte geht. Der Vector ?H? braucht keinen Wasseranschluss und keine Abzugshaube. Das Einzige, was er benötigt, ist 400 Volt Starkstrom.

Jahnke: Besonders bei Stoßzeiten empfiehlt sich der Vector. Öffnet man einen Kombidämpfer, verliert man bis zu 40 Prozent der Hitze. Das gibt es beim Vector nicht. Selbst wenn die Tür länger offen steht, geht nur ein geringer Prozentsatz an Hitze verloren. Dadurch, dass er keinen Wasseranschluss und keine Abzugshaube benötigt, kann er sogar in Flughäfen eingesetzt werden. Für Küchengeräte gibt es dort strenge Auflagen. Wir haben die

notwendigen, strengen Prozesse durchlaufen und die Zertifizierungen für den Vector erhalten.

Wie ist das Gerät bei den Kunden seit seiner Einführung angekommen?

Horn: Interessierte Händler, Planer und Kunden, die ihn bei Veranstaltungen erleben, sind begeistert von ihm. Diese Vorführungen sind uns auch wichtig, denn ein Hochglanzprospekt als alleiniges Vertriebstool reicht heute leider noch nicht aus. Derzeit sind die Aufstellungsorte in Deutschland im LEH, kleinen Schulverpflegungen, Restaurants und Hotels. Wir merken einen stetigen Anstieg der Anfragen bezüglich des Vectors und schauen zuversichtlich in die Zukunft. In den USA sind wir in diesem Punkt weiter, aber dort ist der Vector auch bereits ein Jahr länger im Markt.

Auf der Internorga kündigten Sie eine IoT-Lösung an, dann mit Icons. Welche weiteren Features sind noch geplant?

Jahnke: Wir werden demnächst eine neue Generation herausbringen. Deren Bedienelement orientiert sich stark an einem Smartphone beziehungsweise Tablet und wird somit vereinfacht. Daneben werden mehrere Sprachen verfügbar sein, was Mitarbeitern aus anderen Nationen das Arbeiten mit den Geräten erleichtert. Vorher war das Aufspielen einer Sprache kostspielig, dafür haben wir eine Lösung gefunden. Wir werden ein cloudbasiertes Managementsystem anbieten, worauf der jeweilige Betreiber von überall aus Zugriff hat und dann bei Bedarf eingreifen kann. Es wird möglich sein, dass er von dort aus zentral Garprozesse hinterlegen und an alle entsprechenden Geräte an unterschiedlichen Standorten weiterleiten kann. Zudem wird der Vector ein neues Design erhalten, welches ideal für das Frontcooking oder auch für einen Einsatz an der Bar ist. Hier arbeiten wir mit einem italienischen Designer zusammen.

Horn: Viel interessanter für Betreiber oder Küchenchefs ist aber, dass es in diesem Bereich nicht nur die Insellösungen gibt, sprich: von jedem Hersteller eine eigene Applikation. Sie wünschen sich, dass alle Geräte aller Hersteller in der Küche dargestellt werden. Das ist die Anforderung der Kunden an alle Unternehmen der Branche, der es nachzugehen gilt. Wir sind dafür gerüstet.

Neben dem Vector vertreiben Sie unter anderem Kombidämpfer und Schockfroster. Wann wurden diese Gerätegruppen ins Portfolio aufgenommen?

Jahnke: Die Kombidämpfer wurden in den 1980ern in unser Portfolio integriert. Wir waren damals eines der ersten Unternehmen in Amerika, das diese Geräte anbot. Angefangen haben wir mit Ausführungen von Convotherm, seit dem Jahr 2000 produzieren wir unsere eigenen Geräte. Die Schockfroster sind kürzlich hinzugekommen, aber nicht damit wir sagen können, dass wir jetzt auch Schockfroster verkaufen, sondern weil wir unseren Kunden, insbesondere aus der Gemeinschaftsverpflegung, so ein Gesamtpaket im Bereich Cook & Chill anbieten können. Wir sind der einzige Kombidämpferhersteller, der dieses System mit einem genormten Trolley bietet, der sich aus dem Kombidämpfer herausnehmen und in unsere Schockfroster oder Warmhalteabkühlkabinen fahren lässt.

Inwieweit spielen Themen wie Ergonomie oder Effizienz eine Rolle bei Neuentwicklungen, auch um den Fachkräftemangel im Gastgewerbe zu bekämpfen?

Jahnke: Die Themen nehmen natürlich bei uns einen hohen Stellenwert ein. Mit unserer Technik bieten wir unseren Kunden, in vielerlei Hinsicht ergonomisch und effizient zu arbeiten, was sich auf den jeweiligen Personaleinsatz auswirkt. Beim Vector beispielsweise

hat der Endanwender die Möglichkeit, seine Garprogramme und deren Parameter festzulegen, diese können dann vom Personal einfach per Touch angeklickt werden ? die Qualität bleibt immer gleich.

Spüren Sie den Fachkräftemangel auch im Unternehmen? Inwieweit unterscheiden sich die jeweiligen Situationen in Ihren Märkten?

Jahnke: In Amerika ist der Fachkräftemangel bei unseren Kunden ebenfalls deutlich zu spüren. In den Küchen dort arbeiten viele Ungelernte. Hinzukommende sprachliche Barrieren sind ebenfalls große Herausforderungen für die Betreiber, ein einheitliches Prozedere zu schaffen. Und auch in den USA will fast niemand 16 Stunden an sieben Tagen in der Woche am Herd stehen bei schlechter Bezahlung. Bei Alto-Shaam haben wir weniger mit dem Fachkräftemangel zu kämpfen. Das liegt unter anderem daran, dass wir immer noch in Privatbesitz der Familie Maahs sind und alles selbst finanziert wird. Jerry Maahs? Kinder Steve und Karen führen heute das Unternehmen. Nach ihrem Einstieg haben sie alle Abteilungen durchlaufen, darauf bestand ihr Vater. Seither ist die Firma sehr familienorientiert. Steve und Karen nennen uns nicht Mitarbeiter oder Kollegen, sondern Family Members. Wir haben zudem ein sogenanntes Gain Share-System, eine Gewinnbeteiligung. Jedes Jahr wird ein nicht unerheblicher Anteil des Gewinns von Alto-Shaam an alle 550 Mitarbeiter weltweit verteilt. Teilweise sind Mitarbeiter aus einer Familie in der dritten Generation bei uns. Das alles ist in der US-Branche sehr bekannt und es ist eher so, dass potenzielle neue Mitarbeiter auf uns zukommen. Ich bin seit drei Jahren im Unternehmen und habe bisher drei neue Kollegen eingestellt, die schnell gefunden waren. Welche Voraussetzungen müssen Händler erfüllen, um Partner von Alto-Shaam zu werden? Und was bieten Sie Ihnen?

Jahnke: Vorführungen unserer Technologien haben für uns einen hohen Stellenwert. Wir wollen unsere Technik optimal erklärt wissen und das geht am besten durch Showkochen. Der Kunde muss sehen, wie sie funktioniert. Das erwarten wir von Händlern, die eng mit uns zusammenarbeiten ? dabei unterstützen wir sie natürlich und bieten Marketingtools, die von unserer Marketing-Abteilung erarbeitet werden. Fachhändler und ihre Mitarbeiter werden von uns geschult ? entweder in Bochum oder beim Händler vor Ort. Was ein Händler nicht zwingend haben muss, ist ein eigener Service. Wir arbeiten mit vielen unabhängigen Serviceunternehmen und bringen diese bei Bedarf mit dem Händler zusammen.

Horn: Wir bieten für unsere Geräte eine zwölfmonatige Garantie. Kommt es in dieser Zeit zu einem Service-Fall, muss dieser von einem unserer acht zertifizierten Service-Partner repariert werden, die in Deutschland verteilt sitzen. Auf diese Partner können Kunden auch nach der Garantie zugreifen.

## FACTS

Alto-Shaam wurde 1955 in den USA von Jerry Maahs gegründet. Heute führen seine Kinder Steve Maahs (CEO) und Karen Hansen (CEO) das Unternehmen. Der Stammsitz ist in Milwaukee

550 ?Family Members? arbeiten weltweit für den Hersteller von Thermik- und Kühlgeräten Das Portfolio besteht aus mehr als elf Produktgruppen, einen Großteil nehmen thermische Geräte ein, darunter Wärmeschubladen und Kombidämpfer. 2017 kam in den USA der

Vector hinzu, welcher 2018 auch seine Markteinführung in Deutschland feierte  
Große Neuerungen des Unternehmens waren zur Internorga 2019 eine Hähnchen-Rotisserie  
mit Selbstreinigung sowie die Schockfroster

Das Interview unserer Redakteurin&nbsp;Yvonne Ludwig-Alfers&nbsp;erschien zuerst im  
Trendkompass 7/8-2019.