

Loyalität, Respekt, Fairness



Robin Hellwinkel, Geschäftsführer von Neumärker / Foto:
Neumärker

Robin Hellwinkel, Geschäftsführer von Neumärker, spricht im Interview unter anderem über die Entwicklung seines Unternehmens, über neue Geräte, die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel und erklärt, was das Gespür für Trends mit dem Geschäftserfolg zu tun hat.

Fragen: Maren Peters

Hallo Herr Hellwinkel, ich erinnere mich gut an unser erstes Strategie-Interview 2017 bei Ihnen in Hemer. Damals sprachen wir viel über die Anwenderfreundlichkeit von Geräten, den Fachkräftemangel in der Branche, den Snacking-Trend und Kundenbedürfnisse wie die Individualisierung, die Sie mit Ihren Lösungen gern vorantreiben wollten ? Sind dies alles Schlagworte, die Ihnen auch heute noch täglich begegnen?

Egal, ob Snacking oder individuelle Kundenbedürfnisse ? beides sind mittlerweile Säulen unseres Unternehmens geworden. Ich glaube, dass wir damals gedanklich schon ein wenig unserer Zeit voraus waren. Die Weichen, die wir damals beim letzten Interview gestellt haben, brachten uns auf einen positiven Wachstumspfad. In 2017 investierten wir in eine moderne Hochleistungs-CNC-Fräsmaschine und schafften somit die Voraussetzungen für eine kundenindividuelle Fertigung. Heute setzen wir dutzende Projekte im Jahr mit kundenindividuellen Waffeln um und haben einige bekannte Unternehmen damit beliefern dürfen, wie zum Beispiel die deutschen Sparkassen, Aramark, Karl's Erdbeerhof und viele andere Gastronomien mit individuellen Vorhaben. Von der Anfrage bis zur Umsetzung dauert es zirka acht Wochen. Umsetzbar ist fast alles, das sich backen lässt, sei es ein Schriftzug oder ein Logo.

Mit dem Wechsel vom Waffeleisen zum Thermocook hat unser Unternehmen im Jahr 2024 ebenfalls eine wegweisende Richtung genommen. Viele kennen Neumärker nur und ausschließlich durch die Waffeleisen. Mit unserer Neuentwicklung der nächsten Generation, dem Thermocook, bieten wir ein innovatives Multifunktionsgerät für eine Vielzahl von Snacks an. Ermöglicht wird dies durch unser einzigartiges Wechsellattensystem. Durch einen Wechsel der Backplatte ist es möglich, Pizza, Panini, Pancakes, Waffeln und Crêpes im Thermocook, im gleichen Gerät, zu kochen. Aktuell sind wir das einzige Gerät am Markt mit diesem Mehrwert und sind davon überzeugt, dass das Kundenfeedback auf viele Jahre positiv sein wird. Wir setzen damit einen neuen Benchmark im Snack-Geräte Sortiment, denn die Vorteile eines Multifunktionsgerätes liegen auf der Hand: geringere Investitionskosten, weniger Platzbedarf und höhere Flexibilität der Gastronomen. Die Ansprüche der Endkunden an die Gastronomen sind von Jahr zu Jahr gewachsen und diese können mit dem Thermocook auf Trendprodukte setzen: italienische Pinsa, Focaccia à la Romana, Protein Pancakes, französische Crêpes oder gesunde Dinkelwaffeln. Es gibt fast nichts, was man mit unserem Produkt nicht anbieten könnte.

Im vergangenen Jahr feierte Neumärker 130. Jubiläum. Was macht das Unternehmen heute aus?

Nun, Neumärker vor 131 Jahren hat mit dem heutigen Unternehmen fast gar nichts mehr zu tun. Es zeigt, dass sich ein Unternehmen wandeln muss, um im Verlauf der Jahrzehnte erfolgreich zu bleiben. Was wir bewiesen haben, ist, dass es immer wieder aufs Neue gelingt, mit Ideen, Mut und Engagement. Trotz der Veränderung des Kerngeschäfts von damals, Pietätsartikeln zum heutigen Großküchen- und Snacking-Sortiment, sind wir unseren Werten treu geblieben. Unser Bestreben sind langjährige feste Beziehungen sowohl mit unseren Kunden, Lieferanten als natürlich auch zu unseren Mitarbeitern, dem wohl wichtigsten Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Die Unternehmenskultur, die wir insbesondere über die letzten zehn Jahre entwickelt haben und sich eigenständig weiterbildet ist geprägt von Loyalität, Respekt und Fairness. Werte, die wir als Familienunternehmen insbesondere in dieser schnelllebigen Zeit mehr und mehr vermissen. Aber wie heißt es so schön: ?Sei du selbst die Veränderung, die du sehen willst in der Welt.? Deshalb gehen wir mit gutem Beispiel voran und sind davon überzeugt, dass ebenfalls ein Teil des derzeitigen Erfolges auf unseren geschäftlichen Überzeugungen und Werten fundiert.

Sie leiten Neumärker in fünfter Generation. Was ist Ihnen bei der Geschäftsführung eines so traditionsträchtigen Unternehmens wichtig?

Neben allen internen und externen Herausforderungen, treibt uns das Feedback und die Zufriedenheit unserer Kunden an. In einer Welt, in der vieles austauschbar erscheint, ist eine starke Kundenbeziehung wichtig und natürlich ist damit unser Fachhandel gemeint. Viele Beziehungen mit unserem Fachhandel habe ich nach der Unternehmensübergabe genauso weitergepflegt, wie es mein Vater getan hätte. Die kontinuierliche Zusammenarbeit hat uns viel Kraft gegeben. Denn nur mit einer verlässlichen und stabilen Kundenbasis kann man langfristig in diesem hart umkämpften Markt erfolgreich sein. Das Feedback, die Kritik und die Verbesserungsvorschläge sind uns wichtig und wir versuchen stets, eine partnerschaftliche Lösung zu finden. Ich denke, dass neben unserer hervorragenden Qualität aufgrund unserer deutschen Manufaktur in Hemer, die Kundenorientierung unserer gut ausgebildeten Mitarbeiter und unseres Teams ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sind.

Wo andere stur und starr bleiben, sind wir als Neumärker dafür bekannt, auch flexibel und anpassungsfähig zu reagieren. Das schätzen unsere Kunden sicherlich sehr.

Neumärker arbeitet als Manufaktur, ist international tätig. In Deutschland sind etwa die handgefertigten Waffeleisen und Crêpesplatten seit Jahren auf fast jedem Weihnachts- oder Jahrmarkt im Einsatz zu finden. Welche Märkte und Länder sind für Sie aktuell die wichtigsten?

Das internationale Geschäft hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Standbein für uns etabliert. Unsere eigene Exportabteilung wurde über die Jahre ausgebaut und mittlerweile exportieren wir in über 80 Länder weltweit. Unseren Thermocook bieten wir auch länderspezifisch mit verschiedenen Steckern und unterschiedlichen Leistungsstufen ab Werk an. So kann sich der ausländische Kunde darauf verlassen, dass der Thermocook auch in seinen Zielländern reibungslos funktioniert. Deutschland ist und bleibt natürlich unser Heimatmarkt, ohne den eine internationale Expansion nicht möglich wäre. Unsere neuste Erweiterung ist unser Standort in Lille, Frankreich, mit eigenem Büro. Die Stadt, in der ich als Student meinen Master gemacht habe. Seit Ende 2024 sind wir somit auch persönlich mit einem kleinen Team in Frankreich präsent und betreuen die Kunden auf Französisch, was die gemeinsame Freundschaft à la Franco-Allemande bestärkt. Weitere interessante Märkte sind die vereinigten Arabischen Emirate, Asien oder Australien, in denen wir mit eigenen Distributoren aktiv sind.

Gibt es Zielgruppen, die Sie in Zukunft vielleicht noch stärker ansprechen wollen?

Ja, im Rahmen der Funktionserweiterungen für den Thermocook bringen wir selbst auch neue Lebensmittel beziehungsweise Backmischungen auf den Markt, die sowohl für den Außerhaus-Markt als auch für den Cash & Carry Handel interessant sind. So arbeiten wir aktuell noch an der Finalisierung unserer Protein Waffel, die Anfang nächsten Jahres bereits lieferbar sein wird. Im Snacking-Markt geht der Trend immer mehr zu gesunden Lebensmitteln und einem aktiven Lifestyle. Deshalb sind wir überzeugt, dass wir mit einer Protein Waffel auch in der Gastronomie und Hotellerie Erfolg haben werden. Einfach Wasser zum Pulver und schon kann losgebacken werden. Einfacher geht es nicht.

Durch ausgefallene Ideen wie die Waffel am Stiel, Waffelpommes oder Bubble Waffle machen Sie immer wieder von sich reden. Wie werden solche Ideen entwickelt?

Durch viele persönliche Reisen und Beobachtungen unseres Teams sammeln wir Ideen und Vorschläge für neue Produkte. Wie genau, bleibt natürlich unser Betriebsgeheimnis. Ein gewisses Gespür und etwas Intuition sind auch im Spiel. Schon als Kind habe ich mir gerne vorgestellt, wie die Zukunft aussehen könnte. Ich denke, ein gewisses Talent ist mir bis heute geblieben und ich fantasiere ebenfalls gerne darüber, was der Trend von Morgen werden kann. Am besten hat dieser dann auch mit Waffeln zu tun und wir können darauf reagieren.

Sie sprachen es schon an, mit dem Thermocook stellen Sie zuletzt ein Universaltalent zur Herstellung von Pancakes, Waffeln, Pizza, Panini und Crêpes in einem Gerät vor? Ihre neueste Antwort auf die vielfältigen Anforderungen auf dem Snack-Markt. Wie wird der Thermocook im Markt an- und wahrgenommen?

Der Thermocook ist 2024 auf den Markt gekommen und bricht seitdem Rekorde in unserer Firma. Noch nie war ein Produkt immer wieder so schnell ausverkauft. Die Kunden haben jetzt auch die Möglichkeit, zusätzliche Wechselplatten als Gadget zu erwerben. Wechselnde

Menükarten zwischen Sommer und Winter oder Arbeitswoche und Wochenende sind jetzt möglich. Das Feedback ist zusammenfassend sehr positiv und wir freuen uns, dass der Markt das Produkt so gut aufgenommen hat. Wobei noch nicht alle den Mehrwert des Plattenwechsels so auch wahrgenommen haben. Viele glauben noch, dass es sich um ein einfaches ?Waffeleisen? handelt und sind dann überrascht, dass das Gerät weitaus mehr kann. Wir denken, dass die kommenden Messen dazu beitragen werden, dass die Kunden die Mehrfunktionalität besser wahrnehmen.

Sie sind sehr präsent auf Messen ? auch international wie etwa in Asien. Können Sie Unterschiede in den Anforderungen und Fragen, die Ihnen dort begegnen, im Vergleich zum deutschen Gastro-Markt ausmachen?

Teils, teils. Es ist natürlich Fakt, dass Märkte unterschiedlich sind und deshalb auch die Produkte variieren, die in den jeweiligen Ländern gefragt sind. Trotzdem sind die globalen Anforderungen und Herausforderungen ähnlich. Fachkräftemangel, mangelnde Zeit und reproduzierbare Ergebnisse beeinflussen weltweit die Produkttrends: Deshalb bieten unsere Produkte einfache Bedienbarkeit, schnelle Garzeiten und standardisierbare Backergebnisse.

Im vergangenen Jahr veranstalteten Sie erstmals den Waffle Day in Hemer, der in diesem Jahr wiederholt wurde. Wen sprechen Sie mit dem Event an und wie fällt das diesjährige Fazit aus?

Der Waffle Day ist eine Netzwerkplattform für Gastronomen, Fachhändler, Brancheneinsteiger und Köche über alle Altersklassen hinweg. Ein Tag, bei dem es weit mehr als nur um Waffeln geht. Wir präsentieren Trends, verwöhnen unsere Gäste kulinarisch und zeigen Innovationen. Die Vision unseres Waffle Days: Wir verbinden Gastronomen. Beim diesjährigen Event konnten wir die Besucherzahlen um 200% steigern und die Größe des Events verdoppeln. Sowohl nationale als auch internationale Kunden waren vor Ort. Aber auch Freunde und Unternehmen, mit denen wir noch nicht aktiv zusammenarbeiten. Es geht um das Erlebnis beim Waffle Day und nicht darum ?etwas kaufen zu müssen?. Ich glaube, dass genau aus diesem Grund der Waffle Day etwas Besonderes für die Besucher ist. Ein Netzwerk, das stetig wächst. Ein großes Highlight der Veranstaltung waren die zahlreichen Workshops. Kunden und Partner konnten so viele neue Ideen und Impulse erhalten. Sowohl Pinsa als auch die Protein Waffel wurden für die Kunden vorgeführt. Das Besondere: bei unseren Workshops konnte jeder mitmachen und auch live kochen. Darüber hinaus gab es leckere Wildburger und ein Wein-Tasting mit regionalen Spezialitäten.

Verfolgen Sie das Konzept des Waffle Day auch für die kommenden Jahre?

Unser Ziel ist es, dass sich der Waffle Day zu einer festen Veranstaltungsgröße innerhalb unserer Branche entwickelt und somit langfristig einmal pro Jahr wiederholt wird. Für das nächste Jahr steht bereits ein Datum fest. ?Save the date?: Der nächste Waffle Day wird am Freitag, den 8. Mai 2026, veranstaltet. Wir freuen uns über zahlreiche Besucher.

Wie wird das Thema Nachhaltigkeit bei Neumärker gelebt?

Nachhaltigkeit wird auch für uns immer wichtiger. Aus diesem Grund lassen sich Neumärker original Produkte einfach reparieren und sind so konstruiert, dass unsere Fachhändler auch viele Dinge selbst instand setzen können. Darüber hinaus bieten wir für die Wechselplatten unserer Kunden einen aktiven Reinigungsprozess an, so dass diese einfach die Platte einschicken können und nach wenigen Wochen eine grundgereinigte Platte

zurückerhalten.

Wie gehen Sie mit Herausforderungen wie beispielsweise Liefer- und Materialengpässen und hohen Energiekosten um?

Während der diversen Krisen der letzten Jahre haben wir uns immer wieder mit vielen Materialien bevorratet und in unser Lager investiert. Sowohl in Vorräte als auch in mehr Lagerkapazitäten. Dadurch konnten wir trotz internationaler Herausforderungen in den Lieferketten stets unsere Lieferzeiten konstant halten. In solchen Situationen können wir als Manufaktur auch sehr flexibel reagieren, da wir unsere Fertigung, sowohl Montage als auch Metallverarbeitung, im eigenen Haus haben. Hohe Energiekosten belasten das Geschäft, wie bei allen anderen Produktionsbetrieben in Deutschland. Hier gilt es wieder einmal mehr darum, erfindungsreich zu sein und intelligent Kosten zu sparen. Wir haben in den letzten Jahren beispielsweise ein Großteil der Produktionsbeleuchtung auf LED umgestellt, um so langfristig Stromkosten zu sparen.

Mit wie vielen deutschen Fachhändlern arbeiten Sie aktuell zusammen? Müssen Ihre Partner Auflagen für eine Zusammenarbeit erfüllen?

Wir arbeiten derzeit mit fast allen bekannten Fachhändlern in Deutschland zusammen. Die Branche ist klein und man kennt sich innerhalb der Branche gut. Der Fachhandel ist eine wichtige Säule unseres Unternehmenserfolgs, denn ohne Handel wäre kein flächendeckendes Angebot unserer Produkte möglich. Ich denke, dass es ein 'Geben und Nehmen' ist. Wir legen bei der Auswahl unserer Partner besonders Wert auf eine vorhandene Beratung gegenüber dem Endkunden, einen Afterservice und auch eine langfristige Zukunftsorientierung. Es ist besser ein kleines Geschäft mit einer langfristigen Perspektive, als ein kurzfristiges schnelles Geschäft einzugehen. Eine gewisse Loyalität und Markendidentifikation mit der traditionsreichen Marke Neumärker setzen wir ebenfalls voraus.

Was bieten Sie Ihren Partnern (Schulungen, Weiterbildungen etc.)?

Partner sind gerne jederzeit herzlich zu uns ins Werk eingeladen. In unserer gläsernen Manufaktur können Sie unsere Fertigungsmöglichkeit und Tiefe unserer Produktion erfahren. Ebenfalls stehen wir auf vielen In- und Auslandsmessen beratend zur Seite und führen unsere Produkte vor. Die nächste Chance, uns persönlich zu treffen, ist auf der Host Ausstellung in Milano. In Italien werden wir mit einem internationalen Team vertreten sein, unsere Produkte zeigen und auch eine Verkostung anbieten.

Welche Rolle spielt der Fachkräftemangel in Ihrem Unternehmen? Was tun Sie, um gute Mitarbeiter zu finden und zu binden?

Der sogenannte Fachkräftemangel ist eher eine Art Strukturwandel am Standort Deutschland. Aufgrund der bekannten Demographie-Kurve stellen wir uns mit Mut und Teamspirit dem Generationswechsel entgegen. Ich glaube, dass es eine sehr entscheidende Herausforderung ist, die es zu meistern gilt. Wir bilden da keine Ausnahme, auch bei uns geht die Generation meines Vaters bald in Rente und Nachfolger werden dringend gesucht. Vakante Stellen besetzen wir oft mit Mitarbeitern aus dem eigenen Unternehmen, da diese bereits das Vertrauen der Belegschaft genießen. Neue Mitarbeiter finden wir derzeit viel über Empfehlungen aus unserer Belegschaft oder durch 'Mund zu Mund Propaganda'. Hier zeichnet sich auch unsere langfristige Denkweise aus, nicht nur gegenüber unseren Kunden, sondern auch gegenüber unserer Belegschaft, die wir als 2. Familie sehen - die Neumärker

Familie.