



Rund 10 Mio. € hat Zentis in 2009 für ein neues Erscheinungsbild seiner Fruchtsüßwaren investiert.



Jede Charge, die das Unternehmen verlässt, wird im Labor überprüft, erläutert Michael Maul, Produktionsleiter Fruchtzubereitung. FOTOS: ANNEGRET KEULEN

Aachener Know-how in den Joghurts der Welt

Gegessen wird immer. Davon profitiert offenbar auch das Aachener Traditionsunternehmen Zentis. Auch im Krisenjahr 2009 stieg sein Umsatz im Vergleich zum Vorjahr immerhin um 3 %. Wachstumsmotor für die Zentis GmbH & Co. KG ist mittlerweile die Herstellung von Fruchtzubereitungen für die Industrie, allen voran Molkereien. Annegret Keulen hat sich die Produktion von Süßem für Joghurt und Konfitüren fürs Frühstück im Aachener Stammwerk angesehen.

Dass heute in jedem zweiten Joghurt in Deutschland Fruchtzubereitung aus seinem Haus enthalten ist, hätte sich der einstige Kolonialwarenhändler Franz Zentis sicher nicht träumen lassen, als er 1893 in Aachen seine erste Konfitüre aus getrockneten Aprikosen und Zucker kochte. Doch schon der Firmengründer hatte offenbar den richtigen Riecher für ein gutes Produkt gepaart mit dem entsprechenden Marketing. Er gab seinem Brotaufstrich den klangvollen Namen „Famos“. Das Unternehmen entwickelte

sich schnell und zog 1917 vom Adalbertsteinweg in die Jülicher Straße um. Noch heute ist dort der Firmenstammsitz mit Produktionsstätte.

Auch wenn die Nachkommen von Famos, mit Namen wie Aachener Pflümli, Belfrutta, belFruit, Nusspli und Co., meist zuerst mit dem Haus Zentis in Verbindung gebracht werden, zwei Drittel seines Gesamtumsatzes von rund 669 Mio. € brutto im Jahr 2009 erwirtschaftete die Firma mit insgesamt

1 900 Mitarbeitern in der Sparte Fruchtzubereitungen für die Industrie. Insgesamt 270 000 t produzierte Zentis im vergangenen Jahr an seinen Produktionsstandorten Aachen, Ungarn, Polen und USA und ist damit europaweit die Nummer eins in Sachen Fruchtzubereitungen und weltweit die Nummer zwei. Nur der österreichische Konzern Agrana liegt noch vor Zentis. 26 % des Umsatzes erzielte Zentis 2009 in der Sparte Konfitüren, 7 % im Bereich Süßwaren und 3 % mit Backfüllungen für Bäckereibetriebe.

Ob für Fruchtzubereitung oder für die Markenkonfitüre, der Weg der Früchte aus aller Welt durch die Edelstahl-Produktionsanlagen ist zunächst einmal gleich. Blaubeeren aus Kanada, Kiwi aus Neuseeland, Aprikosen aus Griechenland oder Erdbeeren aus Polen, sie kommen in 20 kg Blöcken gefroren in Aachen und den weiteren Produktionsstätten an und werden auf ihrem Weg durch Leitungen und Stahlkessel erhitzt und je nach Rezeptur mit Zucker und weiteren Zutaten gemischt. Alleine 45 Mitarbeiter umfasst die Abteilung für Forschung und Entwicklung im Stammwerk Aachen. Dort



Früchte aus aller Welt, wie diese Ananas, kommen im gefrorenen Zustand im Zentis-Werk an und werden für die verschiedenen Konfitüren oder Fruchtzubereitungen für die Industrie abgewogen.



Höchste Sicherheitsstufe für Allergiker: Allergene Stoffe, wie zum Beispiel Nüsse, werden bei Zentis in getrennten Räumen gelagert und im gesamten Produktionsprozess getrennt von anderen Zutaten verarbeitet.



Die Zentis Logistik Service GmbH unterhält eine eigene Fahrzeugflotte mit mehr als 70 Trucks für die Lebensmitteltransporte zu den Zentis-Produktionsanlagen und von dort zum Kunden. FOTO: ZENTIS

werden in direkter Zusammenarbeit mit der abnehmenden Industrie neue Rezepturen und Produkte entwickelt.

„Wir kaufen unsere Früchte unter strengen Qualitätsanforderungen über Importeure aus der ganzen Welt, denn die Frucht- und Konfitürenherstellung ist ein Geschäft rund ums Jahr“, erläutert Karl-Heinz Johnen, einer von drei Geschäftsführern des Unternehmens, das sich auch heute noch zu 100 % in Familienbesitz befindet. Aus dem Vertragsanbau von Obst sei Zentis vor zwei Jahren ausgestiegen. Man habe damit in Hochpreisphasen schlechte Erfahrungen gemacht. Lieferverträge seien dann nicht eingehalten worden, schildert er.

Mit der Kompetenz für Cerealien

Während derzeit noch süße Fruchtzubereitungen in Joghurts und Quarks vorherrschen, laufen im Zentiswerk in Polen gerade die ersten Testläufe mit pikanten Zubereitungen, berichtet Johnen. Und auch deutsche Molkereien zeigten Interesse an pikanten Quarks in Kombination mit Cerealien. Wenn es darum geht, Getreide in irgendeiner Form ins Milchprodukt zu bringen, mischt Zentis schon jetzt im wahrsten Sinne des Wortes ganz oben mit. Rund 12 000 t Cerealien produziert das Unternehmen jährlich für die Industrie. Seine Kompetenz in diesem Segment, vor allem im Dragieren der Getreideflocken, will das Unternehmen weiter „veredeln“ und wendet sich in Sachen Cerealien seit kurzem direkt an den Endverbraucher: 2009 hat das Unternehmen schokoladenüberzogene Getreideflocken mit den Produktnamen Choco Balls und Knusplis im Süßwarenmarkt eingeführt und erobert mit diesen Neuentwicklungen neben der erfolgreichen Marzipanschiene weiter Terrain auf dem Süßwarenmarkt. Mit dem Süßwarenwerk in Eilendorf hatte Zentis schon 1995 einen zweiten Produktionsstandort in Aachen in Betrieb genommen.

Frühstück mit neuem Design

Auch wenn die Brotaufstriche in der Umsatzstatistik erst nach den Industrieprodukten rangieren, hat Zentis in 2009 10 Mio. € für ein neues Erscheinungsbild seiner Frühstücksprodukte investiert. Als letzte Marke wird Nusspli in diesem Sommer in neuem Design in den Regalen erscheinen. „Das ist unser Bekenntnis zur Marke“, umschreibt Geschäftsführer Johnen die Motivation für den Markenrelaunch, der teils mit einer Verbesserung der Rezeptur einhergegangen sei, erklärt er. Beim Endkunden punktet offenbar die neue Optik: So habe die Früh-

stückskonfitüre nach Angaben von Zentis im ersten Quartal 2010 im Umsatz um 10 % zugelegt, und das Premiumprodukt Belfruta-ta immerhin um 5 %.

Dennoch, der Markt für Süßwaren und Milchprodukte in Westeuropa ist gesättigt und der Verdrängungswettbewerb entsprechend hart. Anders in Amerika: „Dort wird alleine für Joghurt mit jährlichen Wachstumsraten von 3 % gerechnet“, freut sich Johnen. Zentis reagierte und setzte 2007 einen ersten Anker auf amerikanischen Boden, und eröffnete ein Werk in Plymouth. Mit starken Partnern wie Danone und Yoplait an der Hand werden dort in diesem Jahr bereits 35 000 t Fruchtzubereitung produziert und für 2011 rechnet Zentis mit einem Volumen von 50 000 t. Kein Wunder, dass bereits nach einem zweiten Produktionsstandort Ausschau gehalten wird. Auf die Frage, ob denn der Preis oder die Qualität ausschlaggebend für den Durchbruch am amerikanischen Markt gewesen sei antwortet Johnen selbstbewusst: „Beides. Wer in dem stark umkämpften Markt in Europa produzieren kann, der ist überall erfolgreich.“ □