

LZ 37/14
Länderreport
Bayern

Konzentration auf deutsche Küche

Abenberg-Wassermungenau. Jedes Jahr produziert die Hans Henglein & Sohn GmbH rund 97 000 t frische Kartoffelprodukte, Teigwaren und Backteige, Tendenz steigend. 800 Mitarbeiter erwirtschaften an den Standorten Klosterhäseler in Sachsen-Anhalt und in Abenberg-Wassermungenau einen Umsatz in Höhe von 140 Mio. Euro, der seit 2009 um rund 80 Prozent gestiegen ist. Den Erfolg erklärt Geschäftsführer Eckhard Voth: „Wir differenzieren uns vom Wettbewerb durch die Konzentration auf die deutsche Küche und auf einfache Zubereitung“. Der Werbeslogan lautet deshalb folgerichtig „Deutschland schmeckt – Henglein macht's leicht“. Absatzmarkt sind die europäischen Länder. Das Gros mit rund 60 Prozent



FOTO: HENGLEIN

Erfolgsgarantie: Henglein verspricht den Kunden eine einfache Zubereitung.

des Absatzes geht unter der Marke „Henglein“ in den deutschen Markt. Hier sind besonders Produkte mit regionaler Herkunft gefragt, wie Schupfnudeln, Dampfnudeln oder Klöße, die über den Einzelhandel vertrieben werden. Im Inland sieht man noch Wachstumspotenziale, hier werden nach eigenen Angaben Marktanteile kontinuierlich ausgebaut.

Nicht nur die Spezialitäten sind regional, wenn möglich werden auch die Rohstoffe aus kontrolliertem Anbau direkt aus dem Umfeld bezogen. Das firmeninterne Nachhaltigkeitskonzept schließt Eier aus Bodenhaltung ebenso ein, wie den Einsatz effizienter Energietechnik. Bei Henglein wird Strom über eine Fotovoltaikanlage gewonnen, Energie über ein Blockheizkraftwerk genutzt und Wärme rückgewonnen.

iki/lz 37-14