

→ Hochwertige Produkte und Spezialmischungen aus Neunburg v. Wald

Wussten Sie, dass 85 Prozent aller in deutschen Apotheken verkauften Gummibärchen aus der Region kommen und warum sie teuer werden, wenn die Chinesen mehr Fleisch essen? Naturbelassene Säfte gehören zu den wichtigsten Zutaten der süßen Verführer.

Global vernetzt

Die Allianz der Gummibärchen

Saftig, weich, g'schmackig und voller Aroma. Wenn man Christian Weihprecht, kaufmännischer Leiter und Vertriebsleiter der Efruti GmbH & Co. KG in Neunburg vorm Wald, nach seinen Produkten fragt, kommt er ins Schwärmen. Efruti stellt Fruchtgummi her – Gummibärchen, wie man im deutschsprachigen Raum sagt. Das ursprünglich 1948 in Neutraubling gegründete Unternehmen ist heute Teil der Fürther Mederer-Gruppe, Nummer zwei unter den europäischen Fruchtgummierstellern. Innerhalb der Gruppe steht Efruti für Produkte mit hohem Anspruch an Zutaten, Geschmack und Form.

Trotz einer Produktion von 80 Tonnen Fruchtgummi pro Tag oder 19.000 Tonnen pro Jahr findet kein Kunde in Europa

Efruti im Süßwarenregal. „Wir sind ein reiner Business-to-Business-Anbieter und fertigen im Auftrag anderer“, erklärt Weihprecht. Einzige Ausnahmen, der Fabrikverkauf direkt neben dem Werk in Neunburg und kleinere Mengen für den kanadischen Markt. „Qualitativ und in unserer Flexibilität halte ich uns für weltweit führend in der Fruchtgummierstellung“, so der Vertriebschef.

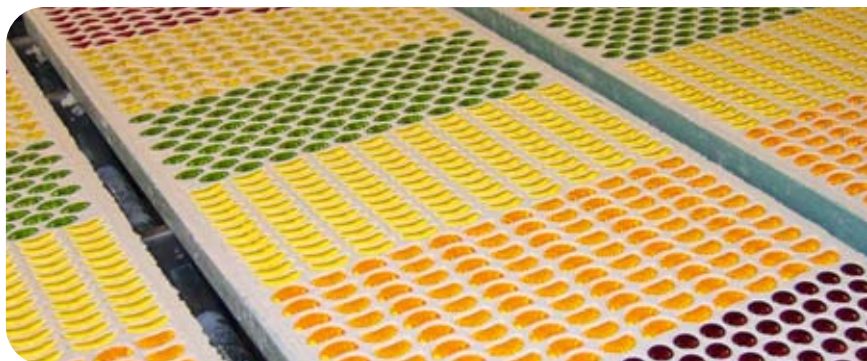
Nicht nur, dass Efruti über 3.500 unterschiedliche Formen bereit hält – fünfmal mehr, als für einen Hersteller gleicher Größe normal. Das Werk versteht sich auch auf die verschiedensten Techniken, zum Beispiel um gefüllte Fruchtgummis herzustellen, ganze Fruchtstückchen und echte, naturbelassene Säfte oder nicht ganz alltägliche Zutaten wie Ingwer und

Chili zu verarbeiten. Mehrlagige Produkte mit aufgeschäumten Anteilen stellen für die Neunburger kein Problem dar (siehe Kasten auf S. 25). Dass Efruti über die nötigen Zertifizierungen für Lebensmittelsicherheit verfügt, versteht sich von selbst.

Efruti im Konzern

Im Mederer-Konzern nimmt Efruti nicht nur wegen seiner Produktionsfähigkeiten eine besondere Stellung ein. Als einziges Mitglied des Verbunds verfügt die Firma über eine eigene Verwaltung mit Einkauf, Personalwesen, Qualitätsmanagement und Vertrieb. Neben dem Stammsitz in Fürth und Efruti in Neunburg produziert Mederer an zwei weiteren deutschen Standorten. Die Gruppe unterhält Werke in Pilsen, wo teilweise auch für Neunburg

Mit Stärkemehl gefüllte Holzkästen dienen der Formgebung der Fruchtgummis.



IHK Service

Podcast

Den Audiobeitrag können Sie downloaden: www.ihk-regensburg.de/podcast





Der Fabrikverkauf direkt vor dem Neunburger Werk trägt rund zwei Prozent zum Jahresabsatz bei. Neben Kanada ist er der einzige Ort, wo man die Efruti-Produkte unter eigenem Namen kaufen kann.

abgepackt wird, in Spanien und im chinesischen Guangzhou. In Chicago, USA, sitzt eine Vertriebstochter. 2010 ist die Eröffnung eines Werks in Venezuela geplant. „Mit Interesse schaut sich unsere Konzernleitung derzeit den Mittleren Osten an, auch hier könnte sich in näherer Zukunft etwas tun“, sagt Weihprecht.

Efruti selbst wurde 1948 in Neutraubling bei Regensburg gegründet. Die Familie Dr. Kunz stellte zunächst Hartkaramellen und Sorbitbonbons her. Das Werk stieß in den späten 1980er Jahren an seine Kapazitätsgrenze und wurde nach Neunburg verlegt, nicht zuletzt wegen der damals noch geltenden Grenzlandförderung. Die Verwaltung zog 1993 hinterher. 1997 schließlich verkaufte Dr. Christian Kunz, Sohn des Unternehmensgründers, an die Mederer-Gruppe. „Doch spielt die Familie Kunz für uns bis heute eine wichtige Rolle“, erklärt Weihprecht.

Denn in der breit gefächerten Kundenstruktur nehmen drei Franchisesysteme mit Spezialshops für Fruchtgummis einen wichtigen Platz ein. In Süd- und Ostbayern sowie Sachsen ist die Kette „Bears & Friends“ verbreitet, deren Inhaber die Familie Kunz ist. „Bärenland“ und „Bärentreff“ gibt es in Franken, den anderen deutschen Bundesländern und mit ersten Shops auch in Österreich, der Schweiz und Luxemburg. Insgesamt fast 90 Niederlassungen umfassen die drei Systeme derzeit. Nachdem sich der Begriff Gummibärchen als Synonym für Fruchtgummi nur in

Deutschland durchgesetzt hat, treibt Efruti die internationale Expansion des Franchisegeschäfts unter dem Namen „berryz“ (engl. berry = Beere) voran. Ende Oktober hat der erste berryz-Shop im niederländischen Groningen eröffnet.

Rund ein Fünftel der Efruti-Jahresproduktion geht in diesen, unter dem Namen Bärenallianz zusammengefassten, Franchisezweig. „Und das ist sicher noch nicht das Ende der Entwicklung“, zeigt sich der Vertriebsleiter optimistisch.

Betrachtet man die gesamte Jahresproduktion, so ist der Mederer-Konzern mit seiner Marke Trolli mit mehr als einem Drittel größter Einzelabnehmer. Dann folgt die Bärenallianz. Werbeartikel und Spezialprodukte liegen mit rund 15 Prozent auf Platz drei. Knapp zehn Prozent der Jahresproduktion machen Fruchtgummis für Reformhäuser und Apotheken aus. „85 Prozent aller in deutschen

Apotheken verkauften Gummibärchen kommen von uns“, sagt Weihprecht. Für Bioläden und Reformhäuser produziert Efruti ebenfalls und verfügt über die notwendigen Zertifizierungen.

Zutaten und Form nach Wunsch

Die enorme Produktvielfalt des Herstellers entsteht nicht zuletzt durch Klein- und Kleinstaufträge zum Beispiel für die Werbung. „Mindestens fünf Tonnen sollte der Auftrag aber schon umfassen, sonst lohnt sich der Aufwand nicht“, meint der Vertriebsleiter. Auf Kundenwunsch entwerfen die Neunburger nicht nur individuelle Formen, sondern auch spezielle Rezepturen. „In Mode ist derzeit Aloe Vera.“ Im Labor entstehen dann erste Handmuster, die der Kunde auf Form, Farbe und Aroma testen kann. Zwei oder drei Umläufe später ist der Aloe-Vera-Fruchtgummi dann fertig, um auf der Maschine umgesetzt zu werden.



1989 verlagerte die Efruti GmbH & Co. KG ihre Produktion von Neutraubling nach Neunburg vorm Wald.

→ Hochwertige Produkte und Spezialmischungen aus Neunburg v. Wald

Möglich sind solche Spezialproduktionen inklusive Entwicklung schon ab vier Wochen Vorlaufzeit. Die reine Produktion ist dann binnen eines Tages erledigt, denn eine einzelne der drei Neunburger Produktionslinien verarbeitet rund eine Tonne pro Stunde. „Bei fünf Tonnen Mindestmenge dauert der Prozess inklusive Maschinenrüstzeit ungefähr acht Stunden“, sagt Weihprecht.

Das kritischste an solchen Aufträgen sind oft die Zutaten, insbesondere wenn der Kunde sie selber bereitstellt. „Dann prüfen wir sehr, sehr genau, denn die Ingredienzien müssen natürlich unbedenklich sein“, so der Vertriebsleiter.

Möglichst wenig Chemie

Viel Sorgfalt verwendet Efruti auch auf die hauseigenen Neuentwicklungen. Im Trend liegen derzeit Super-Fruits, exotische Früchte mit besonderen Geschmacksrichtungen. Nach wie vor schmeckt den Kunden Cranberry, eine Vertreterin aus der Gattung der Heidelbeeren, die vor allem in den USA angebaut wird. Vom Schokoladenmarkt, der bei den Süßwaren die Vorreiterrolle einnimmt, hat Efruti für sich Rezepturen mit

Ingwer oder Chili abgeleitet. Bei den Formen reagiert das Unternehmen auf Moden und Events. „Kinder stehen immer noch auf Dinosaurier“, weiß Weihprecht. Läuft gerade ein Kino-Blockbuster wie das Johnny-Depp-Spektakel „Fluch der Karibik“ gibt es Piratenmotive. Die Fußball-WM wird Efruti nächsten Sommer mit einem Fußball-Mix begleiten. „Dabei wollen wir nicht zu eng mit dem Ereignis verbunden sein“, sagt der Vertriebsleiter. Denn nicht verkaufte Ware nimmt das Unternehmen nicht zurück. Und ein Fußball-Mix verkauft sich auch noch nach der WM, ein WM-2010-Mix eher schlecht.

„Wir achten darauf, dass die Kunden bei uns eine höhere Qualität bekommen, als bei anderen Herstellern“, so Weihprecht. Efruti setzt, so weit möglich, natürliche Farb- und Aromastoffe ein und verzichtet weitestgehend auf Azofarben – erkennbar an der E-Nummer. Dazu kommen die wertbestimmenden Zutaten wie Vitamine oder echte Fruchtsäfte. Weich, aromatisch und sehr schmackhaft sollen die Efruti-Produkte sein. Setze man allerdings ausschließlich auf natürliche Aromen, könne es passieren, dass man beim Endverbraucher nicht mehr ankommt. „Das ist nicht das, was den Leuten schmeckt“, weiß

Weihprecht. Doch es gilt der Grundsatz: So wenig Chemie wie möglich.

Zahlen trotzdem im Plan

Mit seit 1997 stabil rund 330 Mitarbeitern erwirtschaftet die Efruti GmbH & Co. KG einen Jahresumsatz von rund 40 Millionen Euro. Rund 40 Leute beschäftigt das Unternehmen in der Verwaltung. Derzeit hat es drei Auszubildende im sehr speziellen Lehrberuf Fachkraft für Süßwarentechnik, Fachrichtung Zuckerwaren. Rund 30 Mitarbeiter dieser Ausbildungsrichtung beschäftigt Efruti insgesamt, bevorzugt in der Entwicklung und in leitenden Positionen der Produktion.

Für die Produktion stellt das Unternehmen Bäcker und Konditoren ein. „Die haben gelernt, mit großen Ansätzen umzugehen“, sagt Werksleiter Marcus Walz. In der Verpackung schließlich arbeiten zu meist angelernte Kräfte. Nachdem Efruti viele kleine, kundenspezifische Aufträge herstellt, ist der Anteil an Handarbeit hier noch relativ hoch.

Über Mangel an geeigneten Leuten klagt das Neunburger Unternehmen nicht. „Die treuen Mitarbeiter sind unser Kapital. Unser Entwicklungsleiter ist zum Beispiel schon 25 Jahre im Unternehmen“, so der Werkschef. Von Montag bis Freitag läuft die Produktion in drei Schichten, bei Bedarf wird samstags zusätzlich gearbeitet.

Die Wirtschaftskrise ist mit Zeitverzögerung auch beim Neunburger Süßwarenproduzenten angekommen. Trotzdem liegt er mit seinen Geschäftszahlen 2009 im Plan. „Marketingbudgets werden reduziert, das merken wir bei den Werbepartnern. Zwischenhändler reagieren und ordern vorsichtiger. Die Apotheken zum Beispiel legen sich weniger Ware aufs Lager“, sagt Weihprecht. Das Franchisegeschäft dagegen läuft nach wie vor sehr stabil.

Gummibärchen und Weltmarkt

Wichtigste Grundingredienzien der Fruchtgummis sind Zucker, Glukosesirup



Für die Optik und damit sie nicht kleben werden die Fruchtgummis zum Schluss dünn mit Pflanzenöl überzogen.

Vor dem Verpacken werden die Fruchtgummis portioniert und abgewogen.



und verschiedene Geliermittel. Efruti merkt die Bewegungen auf den Weltmärkten am Preis. Dank den Änderungen der Europäischen Zuckermarktordnung, die Exporte von außerhalb der EU erleichtert hat, wird Zucker günstiger. Im Gegenzug steigt der Preis für Gelatine. „Chinesen essen immer mehr Fleisch. Damit steigen die Fleischpreise und mit drei, vier Monaten Verzögerung auch die Preise für Fleischprodukte wie Gelatine“, beobachtet Christian Weihprecht.

Stolz ist der Werksleiter Walz, dass es Efruti dank kluger Maßnahmen gelungen ist, die Energiekosten pro Tonne trotz steigender Energiepreise stabil zu halten. „Wir müssen ja kochen, kochen, kochen. Dafür brauchen wir jede Menge Erdgas“, so Walz.

Nach Zukunftsmärkten befragt, sieht Weihprecht Chancen im Bereich der Nahrungsergänzungsmittel. „Was zum Beispiel, wenn ich statt einer Multivitamin-Brausetablette, für die ich Wasser und ein Glas brauche, dieselbe Vitaminkonzentration in einem Fruchtgummi unterbringe? Das wäre für den Kunden doch viel bequemer.“ Efruti überlegt, die Produktion an pharmazeutische Standards heran zu führen, um sich diesen Markt erschließen zu können. Ein weiteres Zukunftsfeld bildet für den Vertriebsleiter das Franchisegeschäft. Jeder Laden setze im Jahr derzeit 30 bis 35 Tonnen Fruchtgummi um. „Wenn wir hier deutlich expandieren könnten, stellt das ein enormes Wachstumspotential dar.“

*Christian Omonsky,
PR+Werbung Ludwig Faust*

Die Mogul formt den Fruchtgummi

Die Produktion betritt man bei Efruti nur mit Haube, geschlossenem Kittel und frisch desinfizierten Händen. Hygiene genießt hier oberste Priorität. „Den Anfang macht die Koch-Einheit“, erklärt Werksleiter Marcus Walz. Geliermittel und Zucker werden in einem kontinuierlichen Prozess unter Druck in Wasser gelöst und die so entstandene heiße Mischung (Slurry) danach sofort wieder abgekühlt, sonst verliert das Geliermittel seine Wirkung. Anschließend wird die Slurry unter Vakuum gesetzt, um möglichst alle Luftbläschen herauszuziehen. „Wir wollen ja klare, durchsichtige Fruchtgummis produzieren“, sagt Walz. Efruti ist in der Lage, alle denkbaren Sorten von Geliermitteln rein oder in Kombination zu verarbeiten. Egal ob Schweine- oder Rindergelatine, Pektin, Stärke oder Gummi Arabicum.

Pumpen befördern die Slurry weiter, vorbei an Stationen, wo ihr manuell oder automatisiert die weiteren Ingredienzien – Aromen, Farben, Säfte, Fruchtstückchen – zugegeben werden.

Kernstücke der drei Produktionslinien sind Mogul genannte Maschinen. Befüttert werden sie mit flachen rechteckigen Holzkästen. Diese befüllt die Maschine zunächst mit Stärkemehl und streicht die Oberfläche glatt. Dann drückt sie über die ganze Fläche des Kastens Förmchen ins Mehl – es entsteht die Negativform des künftigen Fruchtgummis. Im folgenden Schritt gießt die Mogul die jetzt leicht zähflüssige Fruchtgummimasse in die kleinen Hohlformen.

Je nach Produkt wandern die Holzkästen samt Mehl und Gummibärchen zwischen 48 Stunden und vier Tage in Trockenräume. Bei Temperaturen zwischen 27 und 60 Grad werden die Fruchtgummis fest.

Danach werden sie aus dem Kasten geschüttet und maschinell vom Mehl befreit. Außen ungezuckerte Fruchtgummis bekommen nun in großen Trommeln einen feinen Überzug aus Speiseöl, damit sie nicht aneinander kleben. Oder sie werden leicht erhitzt und wandern durch Kristallzucker, wenn sie eine zuckrige Oberfläche bekommen sollen. Zum Schluss geht's in den Wiege- und Verpackungsautomaten.