

Süßkraut im Multivitamin Nektar

„Balance“ Birne-Pfirsich-Mango mit Soja oder „Wellness“ Apfel-Traube-Papaya plus Ginseng?

Glockengold aus Laucha setzt auf innovative Produkte und liefert Saft in über zwanzig Länder.

Mehrmals in der Woche wird bei der Glockengold Fruchtsaft AG jede Menge Saft verkostet - in zahlreichen Kreationen. Vorstandschef Chris Dabbert und einige Mitarbeiter sitzen dann im Beratungsraum und probieren sich durch die eigenen Erzeugnisse. Das sind nicht wenige: Bei Glockengold in Laucha an der Unstrut werden immerhin 40 unterschiedliche Produkte in Getränkekartons abgefüllt: Fruchtsäfte, Nektare, Fruchtsaftgetränke, aber auch Eistees, Erfrischungsgetränke und Mineralwasser. Rund 30 Millionen Liter im Jahr verlassen den Betrieb in Sachsen-Anhalt. Die Getränkepackungen mit dem Glocken-Logo aus der alten Glockengießstadt Laucha gehen in mehr als 20 Länder, sogar bis nach China oder Israel.

Umgekehrt kommt ein Teil der Rohwaren für die Fruchtsaftherstellung aus aller Welt: Bananenpüree aus Ecuador, Orangensaftkonzentrat aus Brasilien, Aprikosenpüree aus Spanien und Apfelsaftkonzentrat aus Polen. Das Wasser fördern die Fruchtsafthersteller aber im eigenen Mineralbrunnen und auch heimisches Obst wird verarbeitet.

Die Verkostungen im „Glockengold“-Beratungsraum sind wichtig, schließlich könne man den Geschmack eines Saftes nicht mit Laborgeräten testen. Dazu brauche es auch einige Erfahrung der Mitarbeiter. „Die Verkostung dient aber nicht nur der Qualitätskontrolle, wir entwickeln auch neue Produkte.“ Das sei wichtig, denn um auf dem umkämpften Markt des Lebensmitteleinzelhandels weiter erfolgreich zu sein, müsse man innovativ sein, ständig auf aktuelle Entwicklungen reagieren.

So gehe der Trend in der Lebensmittelwirtschaft immer weiter in Richtung „Clean Label“. Was das bedeutet? „Wo Saft draufsteht, ist auch Saft drin und nicht irgendwas anderes“, fasst Chris Dabbert zusammen. Dazu zählt er einen freiwilligen Verzicht auf bestimmte Farbstoffe und Süßstoffe. Glockengold ist diesbezüglich experimentierfreudig. „Wir waren die ersten Hersteller, denen es gelungen ist, Stevia, also das ‚Süßkraut‘, als natürliches Süßungsmittel in unseren Nektaren anstelle von Zucker einzusetzen“, sagt Chris Dabbert. Der so gesüßte Glockengold-Multivitaminnektar aus Laucha sei einzigartig.

Überhaupt sollen der Gesundheitsaspekt und die Natürlichkeit der Produkte eine immer größere Rolle bei den Produkten mit dem Glockensymbol spielen. Schon jetzt bietet man mit den Linien Wellness und Balance Produkte mit Stevia-Süßung an, die dem Gesundheitsaspekt der Verbraucher Rechnung tragen. Besonders beliebt sind „Balance“ Birne-Pfirsich-Mango mit Soja oder „Wellness“ Apfel-Traube-Papaya plus Ginseng. „Ich wüsste nicht, dass ein anderer Hersteller so etwas im Sortiment hat“, sagt Chris Dabbert.

Gerade vierzig Jahre alt ist der Geschäftsführer der Glockengold Fruchtsaft AG, die er 2009 gegründet hat. Das Familien-Unternehmen mit seinen Vorgängern in Laucha ist freilich schon sehr viel älter. Denn der Name Dabbert ist bereits in der fünften Generation mit der Getränkeherstellung in Laucha verbunden. Diese Tradition begann 1888, als der Ur-Urgrüßvater von Chris Dabbert eine Bierhandlung übernahm und Bier verschiedener Brauereien sowie Mineralwasser aus eigener Herstellung vertrieb. Später kam selbst hergestellte Limonade hinzu. Als das Unternehmen verstaatlicht wurde, endete die Geschichte der „Bierverlags- und Mineralwasserfabrik Dabbert“ zunächst.

Ursprung des heutigen Produktionsstandortes ist eine 1904 gegründete Thüringer Konservenfabrik. Zu DDR-Zeiten firmierte diese unter dem Namen „VEB OGiS Laucha“. Jedes Kind in der DDR kannte den Betrieb, denn in Laucha wurde neben Obst- und Gemüsekonserven, Feinfrost- und Kindernahrung auch „Früchte-C“, der Kinder-Fruchtsaft des Ostens schlechthin, hergestellt, eine unter anderem in der Kombination Banane und Möhre hergestellte, sehr beliebte Mangelware.

Der Neubeginn war riskant, denn niemand interessierte sich mehr für die Baby-Nahrung aus dem Osten. Dennoch erwarb 1991 der Vater von Chris Dabbert, Christian Dabbert, mit zwei Mitgesellshaftern das Unternehmen von der Treuhand im Rahmen eines Management Buy Out. Er war zuletzt Technischer Direktor des Betriebes gewesen. Die Erfolgsidee: Fruchtsaft in die seinerzeit noch relativ neuartigen Getränke-Weichkartons abzufüllen. Unter dem Namen Glockengold Fruchtsaft GmbH wurde in Sachsen-Anhalt ein leistungsfähiger Fruchtsafthersteller aufgebaut. Heute stehen vier Abfüllanlagen in den Glockengold-Hallen. Um beispielsweise 80.000 Liter Bananensaft in die Weichkartons abzufüllen, benötigt eine Maschine zirka zehn Stunden. Siebzehn Tanks stehen auf dem Betriebsgelände, die rund vier Millionen Liter fassen.

Das Unternehmen liefert heute seine Kartons nicht nur an Handelsketten, vor allem in Ostdeutschland. Mehr als die Hälfte des Absatzes findet im Ausland statt. Beispielsweise in Schweden, wo man praktisch in jedem Supermarkt auf das Logo mit den Glocken aus Laucha stößt. Der Umsatz beträgt jährlich rund 16 Millionen Euro. Sechzig Mitarbeiter sind bei Glockengold beschäftigt.

Seit dem Neustart als Glockengold Fruchtsaft AG wächst das Unternehmen stetig, langsam, aber dafür nachhaltig. „Wir haben viele neue Kunden gewonnen. Ganz bewusst setzen wir verstärkt auf unsere eigene Marke und weniger auf die Herstellung von Lohnware für die Handelsketten“, sagt der Glockengold-Vorstand.

Hohe Qualität zu liefern, das sei nicht nur selbstverständlich, sondern Voraussetzung, so Dabbert. Außerdem setzt der Fruchtsaftproduzent aus Sachsen-Anhalt weiter auf die hohe Flexibilität im Familienunternehmen und die Vielfalt des Sortiments. „Wir müssen weiter innovativ sein. So soll beispielsweise der Bereich der Gemüsesäfte ausgebaut werden“, kündigt Chris Dabbert an. Aktuell werden in Laucha etwa eine Million Liter Tomatensaft im Jahr abgefüllt. Auch Alternativen zum Getränkekarton würden geprüft, so der Vorstand. Denn obwohl die Weichpackung laut einer Studie des VDF (Verband der deutschen Fruchtsaftindustrie) die ökoeffizienteste Verpackung für Säfte überhaupt sei, setze der Handel immer mehr auf PET-Flaschen. Auch diese Entwicklung werde man im Blick haben, um sich weiter erfolgreich am Standort in Sachsen-Anhalt zu entwickeln.

Text/Foto: Michael Falgowski

www.glockengold.de

UNSERE WEBSITE VERWENDET COOKIES

11.01.2017

Unsere Webseite setzt Cookies ein, um unsere Dienste für Sie bereitzustellen. Ebenfalls werden Cookies von Drittanbietern verwendet. Durch Ihre Zustimmung erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Cookies setzen. Sie können die Cookie-Einstellungen jederzeit ändern.

vorheriger Beitrag Erforderliche Cookies Diese Cookies sind für die grundlegenden Funktionen der Website erforderlich. Sie können sie daher nicht deaktivieren. Es werden keine personenbezogenen Daten erfasst oder gespeichert.

nächster Beitrag >

Funktionelle Cookies Diese Cookies ermöglichen uns die Analyse der Webseite-Nutzung, damit wir deren Leistung messen und verbessern können. Es werden keine personenbezogenen Daten erfasst oder gespeichert.

Merken



Einstellungen Cookies & Datenschutz

