

Filinchen für Japan

WIRTSCHAFT Die Weißenfelser Handelsgesellschaft konnte den Export ausbauen und sieht sich in der Krise gut aufgestellt. Doch schon warten neue Herausforderungen.

VON ANDREAS RICHTER

WEISSENFELS/MZ - Die Weißenfelser Handelsgesellschaft (WHG) konnte im vergangenen Jahr den Export ihrer Produkte weiter ausbauen. Wie Prokurist Markus Heinemann informierte, stand am Ende des Jahres 2020 ein Umsatzplus von etwa zehn Prozent gegenüber dem Vorjahr zu Buche. „Wir sind zufrieden mit dem Exportjahr“, so Heinemann. Zu der von Weißenfels aus geleiteten Unternehmensgruppe gehören die Gutena Nahrungsmittel GmbH in Apolda, die Neukircher Zwieback GmbH und die Spree-waffel Berlin-Pankow GmbH.

Erst im Dezember war ein Container mit mehr als 100.000 Packungen gefüllter Waffeln auf den Weg in die USA gegangen. Neben den USA gehören China, Japan und Dubai zu den Geschäftspartnern der Unternehmensgruppe. So konnte im Juni vergangenen Jahres nach monatelangen Vorbereitungen erstmals das hierzulande bekannte Waffelbrot Filinchen nach Japan geliefert werden. Im September ging ein weiterer Container auf den langen Weg in den Fernen Osten. Landesweit wird das Waffelbrot jetzt in 14 großen Märkten in Japan angeboten. „Das Geschäft läuft zäh. Es sind halt für die Japaner ungewohnte Lebensmittel“, schätzt Markus Heinemann ein. Ursprünglich sollte Filinchen den Verbrauchern in Japan in Verbindung mit den Olympischen Spielen in Tokio präsentiert werden. Umso zufriedener ist man bei der WHG, dass man nach der coronabedingten Absage der Spiele dennoch Zugang zum japanischen Markt gefunden hat. Bei allen positiven Tendenzen: Der Schwerpunkt liegt für die WHG weiter auf dem Binnenmarkt. Der Export macht laut Heinemann etwa 15 Prozent des Gesamtumsatzes der Unternehmensgruppe aus. Zufrieden ist der 34-Jährige damit, dass die Produktion an den drei Standorten im vergangenen Jahr trotz Corona nicht einen Tag unterbrochen werden musste. Masken und Luftfilter, Kontaktreduzierung, Videokonferenzen statt Autofahrten und Präsenzberatungen - mit einschlägigen Maßnahmen hat es die WHG bisher geschafft, das Virus von ihren Mit-



Prokurist Markus Heinemann zeigt eine Waffelplatte, aus der das begehrte Waffelbrot Filinchen hergestellt wird. FOTO: ANDREAS RICHTER

Innovation im Blick

In diesem Jahr will die Handelsgesellschaft mit Sitz in der Weißenfelser Alfred-Junge-Straße auch auf Innovation setzen. Wie Prokurist Markus Heinemann informierte, arbeitet die Unternehmensgruppe an der Entwicklung einer weizenfreien Variante des Waffelbrot Filinchen. „Bisher gibt es auf dem Markt keine Waffel ohne Weizen“, sagt Heinemann. Statt Weizen soll bei der WHG der Ein-

satz von Erbsenstärke sowie Ackerbohnenmehl oder Linsenmehl getestet werden. „Hülsenfrüchte liegen im Trend. Dem wollen wir Rechnung tragen“, blickt der Prokurist voraus. Er rechnet damit, dass die Innovation Mitte des Jahres für den Test auf den Markt kommt.

» Die Unternehmensgruppe ist im Netz zu finden unter www.whgmbh.de.

arbeitern fern zu halten. Während Corona präsent bleibt, kommen mit dem neuen Jahr neue Herausforderungen auf die Unternehmensgruppe zu. „Der Kostendruck steigt“, sagt Markus Heinemann und meint damit vor allem die stufenweise Einführung der CO₂-Steuer. Der Handel sei

nicht bereit, die von den Unternehmen ab diesem Jahr zu zahlende Umweltsteuer auf die Emission von Kohlendioxid auf den Preis für die Verbraucher umzulegen, so seine Erfahrung. In den Produktionsstätten der WHG werde mit Industriegasöfen gearbeitet. Eine Alternative

dazu gebe es derzeit nicht. Höhere Produktionskosten seien die Folge der neuen Steuer. „Mit Veränderungen in der Produktionsorganisation versuchen wir, die Kostensteigerung auszugleichen“, sagt der studierte Betriebswirtschaftler.

Die Produktion steigern will die WHG mit ihrer neuen Anlage zur Herstellung von Dauerbackwaren bei der Gutena GmbH in Apolda. Im Herbst sei die dreischichtig laufende Anlage in Betrieb gegangen, so Heinemann. Die Produktionskapazität könne damit um 30 Prozent gesteigert, der Energieverbrauch um zehn Prozent gesenkt werden. Als Erfolg sieht Markus Heinemann zudem, dass die Unternehmensgruppe seit Dezember mit einem Onlineshop im Netz vertreten ist. Direkt ab Werk werden die Knusperwaren nach Hause geliefert.

» Der Onlineshop ist im Netz zu finden unter www.knusperladen.de