



Georg Wolf, Johannes van den Boom und Wolfgang Topp



Erfolgreich eigenständig

In einem Management-Buy-Out haben die ehemaligen Nestlé Manager Georg Wolf, Wolfgang Topp und Johannes van den Boom das traditionsreiche Unternehmen Nähr-Engel aus Darmstadt übernommen und erfolgreich in die Selbständigkeit geführt.

Nähr-Engel zählt mit einem Umsatz von 38 Mio. € und rund 200 Mitarbeitern zu den großen Kartoffel-trockenprodukte-Herstellern in Europa. Neben der Belieferung der zwei Nestlé-Gesellschaften Maggi und FoodServices werden weitere große Nahrungsmittelunternehmen in Europa und Asien beliefert. In Goch, dem Produktionsstandort nahe der holländischen Grenze und inmitten der besonders geeigneten Kartoffel-Anbauflächen am Niederrhein, werden pro Jahr 100.000 t Frischkartoffeln zu Kartoffelpüree, Trockenkartoffeln in Scheiben, Streifen und Würfeln, Knödeln, Rösti, Bratkartoffeln und weiteren Spezialitäten verarbeitet. Die Absatzkanäle sind mit dem Einzelhandel, der weiterverarbeitenden Industrie und dem Außer-Haus-Geschäft, z.B. Kantinen, Restaurants, Krankenhäuser, Altenheime und Fast Food-Konzepte, klar definiert.

Tragende Säulen

Die konsequente Bearbeitung der drei Absatzkanäle

weltweit, eine innovative Produktpolitik mit der Konzentration auf neue Ernährungsformen und eine effiziente, schlanke Organisation sollen Schlüssel zu einer nachhaltigen Steigerung der Profitabilität und damit zur Finanzierung der ambitionierten Wachstumsziele sein. Das Fundament, auf dem diese Drei-Säulen-Strategie steht, bilden überaus qualifizierte und motivierte Mitarbeiter. Alle Mitarbeiter wurden zum 1. Oktober 2004 von den neuen Eigentümern zu den damaligen Rahmenbedingungen übernommen. Ziel der Geschäftsleitung ist es, diese Arbeitsplätze zu erhalten und ein Arbeitsklima zu schaffen, das von gegenseitigem Vertrauen geprägt ist und zu einem Höchstmaß an Spaß und Leistungsbereitschaft führt. Ein weiterer Teil der Unternehmensstrategie ist eine hundertprozentige Fokussierung auf die Kunden und deren Wünsche sowie eine konsequente, nachhaltige Qualitäts-, Umwelt- und Arbeitssicherheitspolitik. Zur Erreichung dieser Unternehmensziele wurde bereits im ersten Jahr in die

Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit investiert. Im Vordergrund aller Überlegungen stehen die Weiterentwicklung der vorhandenen Technologien und somit der Qualitätsvorteile sowie die Prüfung alternativer umweltschonender Energiekonzepte.

Internationaler Name

Die Kunden kennen Nähr-Engel unter dem auch international besser klingenden Namen engel Food Solutions, der mit „Solutions“ auf die vielfältigen Problemlösungen für verschiedene Kundenzielgruppen hinweist. Die Teilnahme an der äußerst bedeutenden Nahrungsmittelfachmesse in Bangkok hat bestätigt, dass auch für Asien deutsche Problemlösungen ein Thema sind. Im Oktober stellte engel Food Solutions auf der weltweit bedeutenden Messe Anuga in Köln, seine Leistungsfähigkeit unter Beweis. Die Chancen stehen nicht schlecht für das Unternehmen, das eigene Ziel zu erreichen und Marktführer in Kartoffeltrockenprodukten für den Außer-Haus-Bereich in Europa zu werden.