

BLAUES BLUT

moll
Moll Marzipan GmbH

Unter anderem in dieser Ausgabe

Moll-Geschäftsführer Dr. Armin Seitz über die Aktivpause bei Moll und den „Vorhof zur Hölle“

Seite 11

Moll-Cup: Siegesflug des Schokoladen-Tucans

Seite 6

Torsten Gorzynski über Planung, Installation und Inbetriebnahme der neuen Kandier-Anlage

Seite 12

„Neue Musik“ in der Konditor-Kunst

*René Klinkmüller, Konditormeister, Olympia-Sieger und Moll-Markenbotschafter
über seine Neukompositionen, den Moll-Cup und Doppel-Gold für Deutschland*

Seite 4





Foto: Angelika Grossmann

Inhaltsverzeichnis

Moll Herzensache	2
„Neue Musik“ in der Konditor-Kunst	4
Moll-Cup: Siegesflug des Schokoladen-Tucans	6
Betriebsleiter Marcus Butt über den Sportsgeist bei Moll	8
Fabian Kühnel über Energieeffizienz	10
Moll-Geschäftsführer Dr. Armin Seitz über die Aktivpause bei Moll und den „Vorhof zur Hölle“	11
Gebt der Schildkröte Zucker!	12
Die DNA der Moll-Produkte	14
Marzipan – die Geschichte eines traditionellen Superhelden	15
Branchenvielfalt Neukölln	16

Blaues Blut stellt sich vor

Das Unternehmen Moll Marzipan mit Sitz in Berlin-Neukölln entwickelt seit mehr als 125 Jahren maßgeschneiderte Produktlösungen für Rohmassen und Nusspräparate. Der Mehrheit der Kunden aus der Nahrungsmittel- und Süßwaren-Industrie ist gute Qualität und Liefertreue inzwischen wichtiger als der Preis.

Wie aber gelingt es, Qualität und Zuverlässigkeit stets solide und langfristig aufrecht zu erhalten? Grundlegen für diese Herausforderung sind die Moll-Mitarbeiter, um die es in diesem Magazin geht. Der Facettenreichtum der Moll-Mitarbeiter, ihr Engagement und ihre Flexibilität sind die Basis für langjährige Kundenzufriedenheit.



Die Menschen und Gesichter von Moll kennen dabei allerdings die wenigsten. Das soll sich mit dieser Erstausgabe von „Blaues Blut“ ändern. Wir laden Sie ein, die Moll-Mitarbeiter, Ihre Projekte und unsere Prozesse näher kennenzulernen.

Erleben Sie von nun an zweimal jährlich was uns bewegt, was uns antreibt und worin unser Herzblut steckt. Begleiten Sie uns auf unserem Weg, entdecken Sie unsere Innovationen und vielleicht haben Sie ja demnächst auch selbst die ein oder andere Idee, die Sie gern mit uns verwirklichen würden?

Wir freuen uns darauf!



Wenn man die Berliner Stadt-Autobahn A113 aus Richtung Flughafen Schönefeld kommend in Richtung Zentrum fährt und kurz vor der Abfahrt Grenzallee nach links blickt, sieht man ihn schon von weitem – den „Moll-Tower“.

Das Bürogebäude des Neuköllner-Betriebs mit dem blau-weißen Logo fällt direkt ins Auge, obwohl von der Farbe eher unauffällig, ist man doch an einen „Leuchtturm“ erinnert.

Ein Gedanke, der sich bestätigt, und zwar anders als zunächst gedacht: Beschäftigt man sich eingehender mit dem Unternehmen Moll Marzipan, entdeckt man eine Unternehmenskultur, die nicht nur köstliche und individuelle Produkte hervorbringt, sondern eben auch eine ganz beachtliche Portion Herzenswärme. Wie sich das äußert?

Es sind die Mitarbeiter, die zusammenhalten – für ihren Betrieb auch gerne mal die Extrameile gehen und sich auch privat für gemeinsame Unternehmungen treffen. Seit jeher engagiert Moll Marzipan sich für seine eigenen Mitarbeiter gleichermaßen wie für sein Umfeld.

In diesem Jahr beteiligte sich Moll Marzipan an der Neuköllner-Aufräum-Aktion „Schön wie wir“ und entsorgte freiwillig mit einem Team von Mitarbeitern den Müll rund um das Betriebsgelände.

Moll pflegt ein lebendiges Netzwerk mit Schulen, wurde zum Ausbildungsbetrieb des Jahres gekürt und setzt sich für Chancengleichheit ein. Mitarbeiter mit Migrationshintergrund oder gar einen Flüchtling einstellen? Das ist natürlich auch für das Neuköllner Unternehmen stets eine Herausforderung, die aber dennoch beherzt angegangen wird.



Mollianer bei der Neuköllner-Aufräum-Aktion „Schön wie wir“

Das Engagement für den ortsansässigen Rudergesellschaft Wiking Berlin e.V., für den das Unternehmen u.a. das „Rudolf-Moll-Boot“ stiftete, endet nicht bei der finanziellen Zuwendung. Der Teamgeist der Moll-Mitarbeiter (auch „Mollianer“ genannt) wirkt hinein in viele verschiedenen sportliche Aktivitäten, bei der das Rudern aber einen ganz besonderen Stellenwert einnimmt (lesen Sie mehr darüber auf S. 8)

Seit 2010 ist Moll Marzipan Mitglied im Unternehmensnetzwerk Neukölln-Südring e.V. und setzt sich auch dort aktiv für die Entwicklung des Bezirkes ein. Daneben unterstützt Moll Marzipan das Kreativnetz Neukölln e.V. (KNNK). Gemeinsame Projekten der Netzwerke waren beispielsweise die 1. Neuköllner Unternehmensbörse 2015 und das Branchenbuch für Neukölln in diesem Jahr (s. S. 16).

Ob die Unterstützung der Cochlea Implantat Gesellschaft e.V. (BBCIG) oder die Förderung des Konditoren-Nachwuchs

durch den „Moll-Cup“ (mehr darüber auf S. 6), auch die Zukunft der Süßwarenindustrie liegt Moll Marzipan am Herzen.

So unterstützt Moll Marzipan auch kooperativ mit seinem Produkt-Know-How das vegane Start-Up www.marzipan.de, dessen pure Marzipanprodukte auf Berliner Wochenmärkten und bei Marzipan-Liebhabern von sich reden machen (mehr dazu auf S. 15).

Eines steht fest – „Mollianer“ haben ein großes Herz, sie schauen nicht weg. Und wenn doch mal jemand „aus dem Rahmen fällt“ nehmen sie Anteil. In diesem Jahr ist den Mollianern aber eine Sache besonders zu Herzen gegangen: In der Moll-Kantine gibt es Frau Schmook. Jene gute Seele, die sich stets um einen reibungslosen Ablauf und das Wohl aller Mitarbeiter bei den Mahlzeiten sorgt. Es wird stets auf besondere Highlights, wie z.B. eine neue Tee-Sorte hingewiesen und die Tische werden dekorativ je nach Saison liebevoll aus eigenen Beständen geschmückt. Nun wird in einer solchen Kantine in der Mittagspause aber eben auch Privates ausgetauscht – wohin beispielsweise der nächste Urlaub gehen soll.

Nur eine Person, die redete dabei nicht mit – Frau Schmook. Und so kam nach einer langen Weile dann ans Tageslicht, dass Frau Schmook nur einmal im Leben einen Urlaub gemacht hatte – geflogen ist sie mit ihrem Mann auch noch nie. „Es kam einfach nie dazu“, sagt sie dann und zuckt unbekümmert die Achseln.

Das konnten die Mollianer nun aber gar nicht verstehen und so startete im Sommer eine Sammelaktion für den Urlaub von Frau Schmook. Jeder Mitarbeiter durfte so viel Geld geben, wie er wollte und die Geschäftsleitung versprach das auf diese Weise gesammelte Geld für die Urlaubskasse von Frau Schmook zu verdoppeln – gesagt getan: Es kamen immerhin mehr als 1000 EUR für Frau Schmook zusammen und sie strahlte überglücklich.

Da aber nun die Auswahl eines Reiseziels für den ersten Urlaub nach so langer Zeit gar nicht so einfach ist – soll Frau Schmooks Wahl, dann hier in diesem Heft auch gar nicht im Mittelpunkt stehen, sondern vielmehr zeigen, warum es dieses Magazin gibt.

Mollianer sind eine besonders engagierte und seltene Spezies – sie haben „Blaues Blut“ und was das im Einzelnen heißt, können Sie in dieser und den kommenden Ausgaben nachlesen. Den Namen des Magazins haben die Moll-Mitarbeiter übrigens selbst gewählt – ein schönes Statement!

Das Redaktions-Team wünscht beim Lesen und erkunden der Moll-DNA viel Vergnügen und dankt den Mollianern für die Beteiligung und Unterstützung zu dieser ersten Ausgabe.

Viele gute Impulse wünscht
Ihr Redaktions-Team „Blaues Blut“!



Fotoshooting bei der Rudergesellschaft Wiking Berlin e.V. mit Angelika Grossmann vom Kreativnetz Neukölln e.V.



„Neue Musik“ in der Konditor-Kunst

René Klinkmüller ist Konditormeister, Olympia-Sieger und Moll-Markenbotschafter. Seine süßen Kreationen gelten als „neue Musik“ des Konditoren-Handwerks. Vor fünf Jahren übernahm er den elterlichen Bäckerei-Betrieb in Luckau im Spreewald. Heute ist er bereits über die Grenzen Berlin-Brandenburgs für seine einzigartigen Neukompositionen bekannt. Auch in diesem Jahr ist er wieder Juror des Moll-Cups in Berlin und vertritt Moll auf der weltweit größten Nahrungsmittelmesse, der „Gulf Food“ in Dubai. Er kennt die neuen Trends und weiß er worauf es bei Marzipan-Innovationen ankommt.

Blaues Blut: Herr Klinkmüller, wie sind Sie zu Ihrem Beruf gekommen?

René Klinkmüller: Zum Konditoren-Beruf bin ich eigentlich durch Umwege gekommen. Ich habe im elterlichen Betrieb Bäcker gelernt. Eine sehr mehrlagige Angelegenheit, man hat ständig Schokofinger und wenig Gestaltungs-Spielraum. Anschließend habe ich in Hessen den klassischen Konditoren-Beruf kennen und lieben gelernt. Als Konditor ist die Arbeit viel kreativer und man kann die Sachen gleich essen.

Sie haben vor 5 Jahren den Familienbetrieb in Luckau im Spreewald übernommen, was sind die größten Herausforderungen?

Die Umstellung der Produkte, denn wir möchten unsere Kunden nicht vor den Kopf stoßen, es ist wichtig die Balance zu finden zwischen dem Althergebrachten, wie z.B. regionstypische Klassiker aus dem Spreewald, wie Pfannkuchen, Blechkuchen, Spritzkuchen und den Neuentwicklungen: Wir haben viele neue Sachen im Geschäft hinzugefügt.

Zu Anfang fanden die Kunden die Klassiker besser – heute haben sich die Kunden geteilt – viele Junge Leute schätzen die innovativen Produkte und nehmen dafür sogar eine längere Anfahrt in Kauf.

Eine weitere Herausforderung ist, innovativ zu bleiben. Dazu ist es wichtig auch andere Betriebe weltweit kennenzulernen – zur Zeit bin ich dafür aber zu viel im Tagesgeschäft involviert.

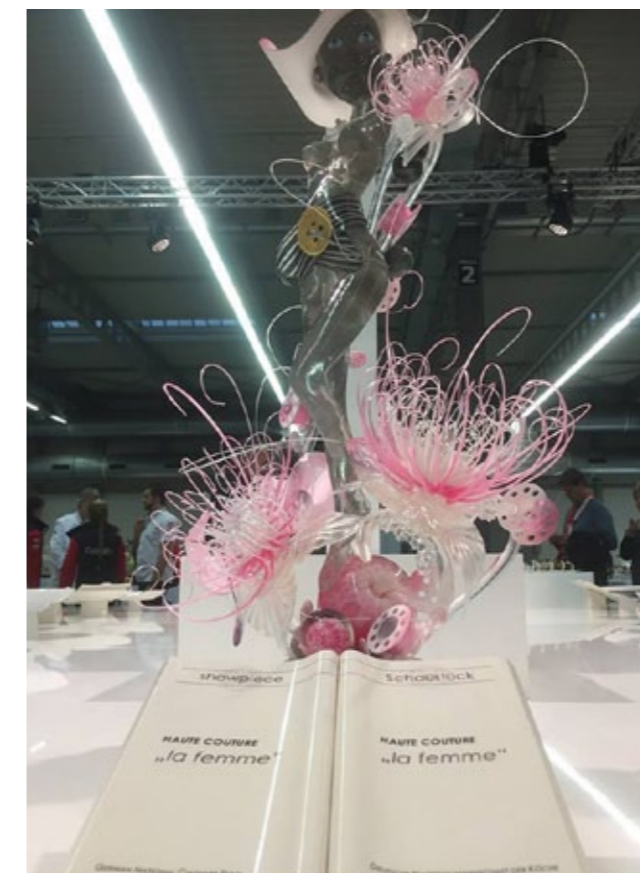
Wo finden Sie neue Talente?

Ich würde weniger von „Talenten“ sprechen, als von „Rohdiamanten“. Unsere Azubis kommen ohne viel Vorerfahrung zu uns, werden dann bei uns geschliffen und erst danach findet die Eigenentwicklung statt. Jemand mit Vorerfahrung hat stets gegen Handlungstraditionen anzukämpfen und das ist schwieriger.

Sie haben im November Doppelgold bei der „Olympiade der Köche“ gewonnen, wie muss man sich das vorstellen? Die Deutsche Nationalmannschaft gewann einmal Gold für die warme Küche und eine Medaille für die Kalte Kochkunst Ausstellung. Bei der Olympiade der Köche gibt es auch die Kategorie „Pâtisserie“. Der damalige Deutsche Olympiateammanager hat mich angesprochen, ob ich mir vorstellen könnte, in der Nationalmannschaft mitzuwirken – ich bin ein Wettbewerbsmensch, ich mag es mich zu messen und mich ständig weiterzuentwickeln. Ich sagte zu.

Was unterscheidet die Olympiade von anderen Wettbewerben?

Es ist schlicht der Vorzeige-Wettkampf, der nur alle 4 Jahre stattfindet. Dieses Jahr traten 58 Nationen in Erfurt an. Erfurt wird dann zur Stadt der Köche, es gibt verschiedene Kategorien, beim Showkochen werden die Gerichte nicht verzehrt, sie müssen nur nach dem aussehen, was im Rezept steht. Anschließend gibt es noch die Warmküche, es müssen für 100 Personen 3 Gänge zubereitet werden und zwar auf den Punkt. Diese werden dann verkostet.



Sie reisen für Moll zum 2. Mal nach Dubai – was erwartet Sie dort?

Die Gulf Food Messe ist die weltweit größte Messe dieser Art und lockt viele deutsche Firmen, wie auch die ganze Welt. Die Wettbewerbe sind auf einem Niveau der Superlative und bei meinem ersten Besuch dort, war ich geflasht von den Eindrücken. Dort trifft die Welt aufeinander und die kulturellen Unterschiede sind gerade in der Koch-Kunst besonders beeindruckend.

Kenner bezeichnen Ihre Kreationen als „Neue Musik“ der Konditor-Kunst, können Sie sich damit identifizieren?

Wenn das so ist, dann ist es genau das, was ich möchte und auch was die Kunden möchten – etwas entdecken, dass es sonst noch nirgendwo gibt. Aber ich hatte auch einen guten Start, denn ich habe nicht bei Null angefangen. Wir hatten Stammkunden, die zwar zunächst skeptisch waren, aber mittlerweile sind die Skeptiker weg. Sie merken, dass wir für unser Tun brennen.

Haben Sie Vorbilder? Sie erwähnten beispielsweise mal Stephan Klein Skulpturen – was gibt es darüber zu sagen?

Ja, Vorbilder gibt es schon, in Frankreich z.B. Olivier Baschard, Pierre Hamé, beide leben allein von der Herstellung von Zuckerschaustücken – ich finde es unglaublich bewundernswert, dass man davon leben kann.

Welche Ziele haben Sie für die Zukunft?

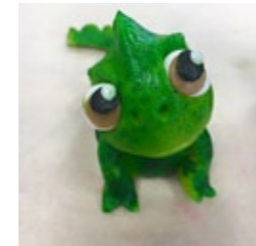
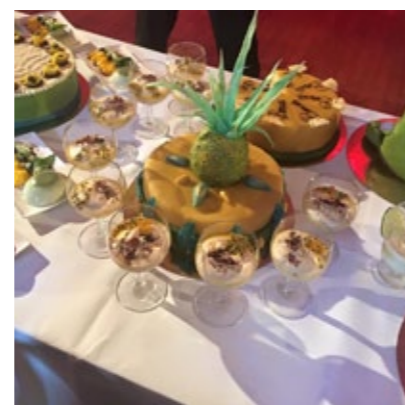
Natürlich die erfolgreiche Weiterführung des Unternehmens – und weiterhin ganz neue Dinge tun.

Moll-Cup: Siegesflug des Schokoladen-Tucans

Ganz egal, was Sie aus Marzipan machen, es gibt einfach Dinge, die das Leben bereichern, bunter und besser machen. Lassen Sie sich von unseren 16 Moll-Cup-Teilnehmern und Ihren Torten, Pralinen und Schaufiguren inspirieren.

16 Konditoren-Azubis aus ganz Deutschland traten am 17. und 18. September 2016 in Berlin zum Moll-Cup an. Es ist der Deutschland weit einzige Konditoren-Wettbewerb mit sehr attraktiven und hochwertigen Preisen. Der Gewinner darf sich über eine Kalifornien-Rundreise inklusive einer Besichtigung der Mandelplantagen freuen, für den zweiten Platz ist eine einwöchige Türkei-Reise zu den Haselnüssen zu gewinnen und der dritte Platz darf sich über ein Preisgeld freuen.

Die 16 Wettbewerbsteilnehmer im zweiten und dritten Lehrjahr traten in vier Kategorien an: Pralinen, Torten, Marzipan-Schaustücke und Desserts.



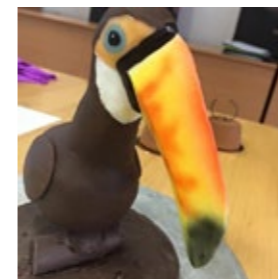
Das Jahres-Thema in diesem Jahr „Brasilien“ inspirierte die Teilnehmer zu exotischen Aromen, wie Kokos, Rum, Mango, Passionsfrucht, Kakao-Staub, Papaya oder Curacao.

Tiere aus dem brasilianischen Urwald fanden sich genauso wieder, wie brasilianischer Nationalstolz in Form von Karnevals-Optiken, der einheimischen Flagge oder der Nationalhymne.

Die eigentliche Schwierigkeit bestand jedoch darin, in der vorgegeben Zeit handwerklich so perfekt wie möglich eine Kreation zu zaubern, die auch geschmacklich überzeugt.

Die Jung-Konditoren hatten in diesem Jahr mit besonderen Herausforderungen zu kämpfen. Einer Teilnehmerin war wichtiges Maracuja-Mark für die Pralinenfüllung abhanden gekommen: „Meine Mutter hat es aus dem Kühlschrank genommen und sich damit einen Smoothie gemacht – als ich sie fragte warum, sagte sie, es war so schön frisch und lecker“.

Wieder eine andere Teilnehmerin kämpfte mit einer wildgewordenen Airbrush-Maschine, mit der sie Ihre Kreation farblich aufwerten wollte, während ein Kandidat zeitlichen Verzug durch einen im Hotel vergessenen Schlüssel zu verbuchen hatte.



Für viele Teilnehmer war es der erste Wettbewerb, Teilnehmerin Louisa aus Nordrheinwestfalen übrt sich zum ersten Mal in der Kategorie „Pralinés“: „Ich war vorhin sehr aufgeregt, jetzt geht es schon wieder. Kurz vor der Abgabe ist es am allerschlimmsten – auf jeden Fall ist es eine gute Übung für die bald anstehende Prüfung.“



Auch Juror René Klinkmüller ist von dem Engagement der Teilnehmer begeistert, obwohl er sonst als strenger Kritiker gilt: „Die Teilnehmer haben mich begeistert!“

Es ist auch eine ganz bemerkenswerte Initiative von Herrn Dr. Seitz von Moll Marzipan. Eine solche Möglichkeit für die Lehrlinge mit derart tollen Preisen, das gibt es auf keinem internationalen Wettbewerb.“

Auch Gewinner **Til Poltermann** kann seinen Sieg kaum fassen: „Als der 2. und 3 Platz aufgerufen wurden, dachte ich – okay das war's... Du bist nicht unter den ersten 3 Plätzen. Ich lehnte mich zurück und dachte, ‚der Drops ist gelutscht‘... und dann wurde mein Name aufgerufen und ich konnte es nicht fassen! Die Konkurrenz war sehr gut und ich hatte bereits am ersten Tag schon große Zweifel, dass ich eine gute Platzierung bekommen würde, da ich große Probleme mit den Temperaturen hatte. Trotzdem gab ich am 2. Tag nochmal alles und konnte dies zu meinem Glück ja auch nutzen.“



Betriebsleiter Marcus Butt über den Sportsgeist bei Moll

Marcus Butt ist ein Hamburger im Berlin-Exil. Er gilt als inoffizieller Sportdirektor bei Moll und führt als Prokurist und Betriebsleiter stets ein sportliches und faires Regime.

Blaues Blut: Wie sind Sie zu Moll zu kommen?

Marcus Butt: Während der Moll-Fusion, in den Jahren 1997 bis 1998 gab es den Zusammenschluss der Firmen Georg Moll aus Berlin mit der Firma Rösch und Eggers aus Hamburg – beides Unternehmen der Oetker- und Schwartau-Gruppe. Da die Berliner Marzipan-Linie qualitativ sehr hochwertig war und die Hamburger Produktion schloss, wurde ich gefragt mitzugehen.

Welche Rolle haben Sie bei Moll, Sie sind der inoffizielle Sportdirektor – wie kam es dazu?

Bei Moll bin ich als Betriebsleiter und Technischer Leiter zuständig für die komplette Produktion und den Betrieb. Das Moll-Team ist extrem sportlich, noch bevor Dr. Seitz zu Moll kam, gab es den Team-Staffel-Lauf mit zwei Laufteams für Männer und Frauen.

Zu diesen Zeiten gab es noch nicht mal Geld für T-Shirts und wir haben alles selbst genäht und aufgebügelt. Mit Dr. Seitz, der auch Sportler ist, wurden sportliche Laufveranstaltungen dann zur festen Institution bei Moll. Anfangs haben

wir die Veranstaltungen stark beworben und versucht so oft wie möglich selbst mitzumachen – schließlich kam eine große Runde zusammen!

Es ist heute eine gelungene Durchmischung von den Mitarbeitern der Produktion und der Verwaltung.



Sportlich begeisterte Mollianer bei der Siegerehrung mit Neuköllner Bürgermeisterin Dr. Franziska Giffey (links) und Dr. Armin Seitz (Mitte).

Wie sieht die sportliche Seite von Moll heute aus?

Wir waren auch in diesem Jahr am 22. September wieder beim B2Run am Start. Der Teamstaffel-Lauf ist heute unsere Hausveranstaltung. Unsere Kollegen trainieren immer Dienstags in der Mittagspause seit 4-5 Jahren. Weil wir aus dem Laufen kommen, haben alle immer mehr trainiert. Wir sind über 10 erfolgreiche Marathons gelaufen und unternahmen große Sport-Reisen wie z.B. nach New York 2009. Ich habe dafür sogar aufgehört zu rauchen.

Ansonsten gehört Rudern zur großen Moll-Passion. Im Jahr rudern wir zwei Wettbewerbe. Zuletzt im September das Langstrecken-Rudern beim Wiking und alle zwei Jahre suchen wir uns einen Wettkampf außerhalb Berlins als Highlight aus, z.B. den Starnberger See oder die Themse in London zählten schon dazu.

Auch im Triathlon ist Moll aktiv, richtig?

Ja, beim Hamburg-Triathlon 2016 waren wir richtig gut – dabei waren wir alle wie geflasht, wir sind den kleinen Sprint über die kurze Distanz gelaufen und waren Freitag bis Sonntag vor Ort. Unsere Superathleten Hirsch und Novak belegten den 9. und 10. Platz und sind nach dem Sieg in ihrer jeweiligen Altersgruppe vor Freude in die Binnenalster gesprungen. Natürlich gehörte auch eine Tour durch den Hamburger Containerhafen dazu und wir haben zugesehen, wie ein Container gelöscht also be- bzw. entladen wird.

Wie motivieren Sie Ihre Mitarbeiter?

Mal versuche ich unsere Mitarbeiter emotional zu begeistern und mal durch Herausforderungen zu bewegen, so dass sie wachsen, sich verbessern und effektiver werden wollen. Wir setzen uns Ziele, die mit Freude und Spaß verbunden sind, aber definieren vorab auch klare Zielvorgaben. Elan, gute Stimmung und auch mal Lob sind wichtig – aber sonst auch offene, klare Worte.

Wie bleiben Sie informiert?

Ich mache eine tägliche Morgenrunde durch die Abteilungen und über diesen Weg lässt sich viel transportieren.

Was sind den die größten Herausforderungen?

Meist sind es mehr die menschlichen als die technischen Herausforderungen. Unser Geschäft ist saisonalen Schwankungen unterworfen und die Mitarbeiter bei extremer Zusatzbelastung bei der Stange zu halten, ist nicht immer leicht.

Vergangenes Jahr war wesentlich weniger zu tun und in diesem Jahr gibt es kaum freie Tage, zusätzliche Kapazitäten am Wochenende werden gebraucht. Bei Zusatzarbeit am Wochenende ist es schwierig gleichzeitig in anderen Bereichen noch effektiver zu werden – aber momentan haben wir einen Lauf.



Fabian Kühnel ist durch und durch Mollianer, er arbeitet im Controlling und betreut das Energiemanagement.

Blaues Blut: Ist für ein Unternehmen aus der Nahrungsmittelindustrie Energieeffizienz besonders wichtig?

Fabian Kühnel: Ja, es ist uns ein Anliegen in Sachen Energieeffizienz auf dem neuesten Stand zu bleiben, nicht nur allein der Kosten wegen, um gegenüber dem Wettbewerb einen guten Stand zu haben, sondern auch um einen Beitrag für den Klimaschutz in Deutschland zu leisten.

Was sind derzeit die größten Herausforderungen im Energiemanagement?

Neben der Herausforderung immer „up-to-date“ zu sein und den Zertifizierungsstandards in vollem Umfang zu entsprechen, ist sicherlich unser neues Software-Projekt eine große Herausforderung.

Welche Ergebnisse konnte das Unternehmen im Bezug auf Energie-Effizienzprojekte bereits erzielen?

Moll konnte in den letzten Jahren aufgrund von gezielten Investitionen in den Standort, aber auch durch organisatorische Maßnahmen die Energieeffizienz um mehr als 11 % steigern, was insgesamt einen beachtlichen Wert darstellt. Wir haben es geschafft den Gesamtenergiebezug zwischen 2012 und 2015 um mehr als 20% zu verringern und dies ohne das Ziel aus den Augen zu verlieren, qualitativ hochwertige Produkte herzustellen.



Marvin Hirsch und Fabian Kühnel

Warum sind Sie bei Moll?

Ich mag das Miteinander sehr. Es gibt viele hilfsbereite Kollegen und man wird wertgeschätzt. Die Unternehmensleitung tut sehr viel für die Mitarbeiter – vom täglichen Obst-Angebot bis hin zum sportlichen Angebot ist für alle etwas dabei – das ist sehr angenehm und erleichtert die Arbeit.

Wie sind sie zu Moll gekommen?

Über ein Praktikum, in dem ich die Chance erhalten habe, mich zu beweisen, und in dem ich viel gelernt habe. Das ist es auch was Moll auszeichnet. Die Unternehmensleitung unterstützt die Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiter. Mir zum Beispiel ermöglichte man ein Studium neben dem Beruf. Dies finde ich großartig und unterstreicht die Wertschätzung der Mitarbeiter.

Moll-Geschäftsführer Dr. Armin Seitz über die Aktivpause bei Moll und den „Vorhof zur Hölle“

Blaues Blut: Wie kam es zur Idee der aktiven Pause?

Armin Seitz: Wir spürten den Puls der Zeit und beschäftigten uns viel mit Sport- und Gesundheitsthemen. Die Krankenkassen traten derzeit aufgrund ihrer Präventionsgesetze aktiv an Firmen heran und boten Gesundheitstage an. Einen solchen Informationstag der DAK gab es auch bei Moll und herausgekommen ist die wöchentliche Aktivpause für Moll-Mitarbeiter. Im Juni begann dann auch die AOK mit 2 mal 45 Minuten Training pro Woche. Die aktuelle Aktivpause ist also nur der Vorhof zur Hölle!

Wie sportlich ist das Unternehmen Moll, Ihrer Einschätzung nach?

Moll ist das wahrscheinlich sportlichste Unternehmen Deutschlands. Bei den Wettbewerben an denen wir teilnehmen haben wir mehr als Dreiviertel Beteiligung. Wir sind aktiv beim B2-Run und beim Teamstaffel-Lauf (5x5 km im Tiergarten). Aktuell sind wir zum 6. Mal Deutscher Firmenlauf-Meister. Außerdem haben wir beim Firmenrudern ab 1.5. ein Einstiegsangebot für Anfänger. Es kann sich anmelden, wer mag (Sonntags 11 Uhr).



Bezirksbürgermeisterin von Neukölln Dr. Fanziska Giffey überreicht Dr. Seitz den Ausbildungspreis 2015

Ist es in der Nahrungsmittel-Industrie besonders wichtig sportlich aktiv zu sein?

Es ist für jede Firma wichtig sportlich aktiv zu sein, es stärkt den Teamgeist, die allgemeine Gesundheit und das Selbstvertrauen. Die Erfahrung, sich sportliche Ziele zu setzen und zu bemerken, dass man sie schafft, hilft dabei.

Wie wichtig ist Ihnen die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter?

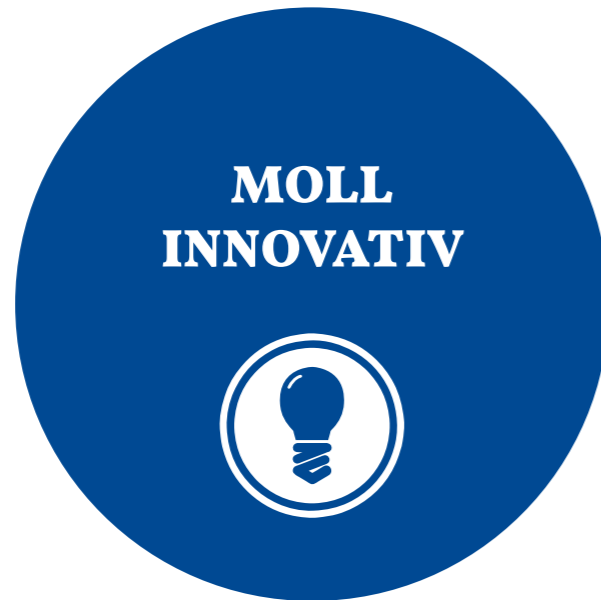
Während des Management-Buy-Outs im Jahr 2007, war die Einführung von Gesundheitsprävention für die Mitarbeiter eine sofortige, sehr hilfreiche Maßnahme. Es ist mir persönlich wichtig, für die Mitarbeiter etwas zu tun.

Sind sie selbst auch aktiv?

Ja, ich selbst war bislang bei jeder Aktivität die bei Moll stattfindet auch selbst mit dabei, beim Laufen, beim Rudern, beim Triathlon, beim Badminton. Beim Familientag gab es sogar Wasserski.

Welche Rückmeldungen gibt es bislang zur neuen „Aktiven Pause“?

Die aktive Pause wird gut angenommen, den Mitarbeitern macht es Spaß.



Gebt der Schildkröte Zucker!

Torsten Gorzynski begleitete bei Moll die Planung, Installation und Inbetriebnahme einer neuen Krokant- und Kandier-Anlage. Warum er gerne eine Schildkröte wäre, warum das Projekt beinahe scheiterte und was all das mit Darwins „Survival of the fittest“ zu tun hat – verrät er im Gespräch mit „Blaues Blut“.

Blaues Blut: Wann und wie sind Sie zu Moll gekommen?

Torsten Gorzynski: Meine Reise bei Moll begann im September 2010. Ich kam gerade frisch aus meinem Studium zum Lebensmitteltechnologien. Vor dem Studium war ich über 6 Jahre bei Lemke beschäftigt, somit hatte ich gute Vorkenntnisse für die jetzigen Arbeiten bei Moll Marzipan.

Welches ist Ihre Rolle bei Moll?

Meine Aufgabe kann als Aufspüren und Umsetzen von Verbesserungen des Produktionsprozesses beschrieben werden. Wobei Verbessern natürlich nicht nur Kapazitätssteigerung bedeutet, auch die Produktqualität sowie Ressourcen- und Energieeffizienz stehen dabei im Fokus. Wir fertigen nach Kunden-Maßgabe und könnten zum Beispiel die schönsten Mandel-Hobel der Welt mit besonders wenig Personal herstellen. Das ist aber nicht sinnvoll, wenn dies derart energie- und ressourcenaufwändig geschieht, dass der Mehraufwand vom Markt nicht bezahlt wird. Das Gesamtpaket muss am Ende stimmen.

Aus welchem Grund fiel die Entscheidung für eine neue Kandieranlage?

Die vorherige Kandieranlage hat stets sehr hochwertige Produkte zu guter Kapazität hergestellt. Allerdings war der Reinigungs- und Ressourcenaufwand sehr hoch. Wir

haben in der Vergangenheit schon einige Versuche unternommen, den Prozess zu optimieren, das minderte nur leider den Ressourcenverbrauch nicht. Außerdem sind wir mit der neuen Anlage jetzt wieder auf dem topaktuellen Stand der Technik.

Was ist an der neuen Anlage besser?

Es ist eine Anlage mit Doppelfunktion, sie kann nicht nur Kandieren, sondern auch Krokant herstellen. Weswegen die Bezeichnung Kandieranlage in Zukunft nicht mehr ganz richtig ist. Besser ist zudem die deutlich höhere Kapazität in der Krokant-Herstellung. Der Zuckerverbrauch



beim Kandieren ist zudem viel geringer. Bei der vorherigen Anlage wurden für die Herstellung von ca. 250 Tonnen Fertigware ca. 80 Tonnen überschüssiger Zucker benötigt. Mit der neuen Maschine wird nur noch soviel Zucker verbraucht, wie am Ende tatsächlich auf dem Produkt landet.

Welche Herausforderungen waren/ sind zu meistern?

Eine große Herausforderung stellte die Kühlung dar. Beim neuen Verfahren entsteht in kurzer Zeit eine große Produktmenge mit anhaftendem, geschmolzenem Zucker. Die Nüsse müssen, ohne miteinander zu verkleben auf max. 35°C herunter gekühlt werden. Das neue Kühlband hätte 6-mal so lang wie das vorhandene sein müssen, was einen enorm hohen Finanzierungsaufwand und Platzbedarf bedeutet hätte. Beinahe wäre das Projekt daran gescheitert. Letztendlich hat sich dann gezeigt, dass der Einsatz eines CO₂-Mischers in Kombination mit dem vorhandenen Kühlband eine gute Lösung darstellte.

Lief denn die Installation problemlos?

Die Installation einer Anlage in dieser Dimension läuft in den seltensten Fällen problemlos. Und ja, es gab auch bei diesem Projekt einige Überraschungen. Zum Beispiel die verspätete Lieferung von relevanten Maschinen, die den ganzen Zeitplan durcheinander brachten. Selbst sehr erfahrene Montageprofis haben dabei Blut und Wasser geschwitzt. Mit der Zeitverzögerung stieg auch der Druck, da wegen der Demontage der alten Anlage nicht mehr produziert werden konnte – aber wir haben es geschafft!

Welche Ergebnisse konnten Sie mit der neuen Anlage bereits erzielen?

Bereits jetzt lässt sich feststellen, dass sich der Zuckerverbrauch tatsächlich verringert hat. Es ist uns gelungen, den Zuckeranteil bei den wichtigsten Produkten wieder auf Spezifikationsniveau zu erhöhen und die Kapazitäten bei der Krokant-Herstellung bei der neuen Anlage im Vergleich zur alten um über 70% zu steigern. Das entspricht zwar noch nicht dem Soll, geht aber dennoch in die richtige Richtung.



Wieso ist für ein Unternehmen aus der Nahrungsmittelindustrie besonders wichtig technologisch auf dem neuesten Stand zu sein?

Der Markt für Nahrungsmittel ändert sich permanent. Es werden immer wieder neue Anforderungen an Preis, Hygiene, Qualitätssicherung, Liefermöglichkeiten, etc. gestellt. Möchte ein Unternehmen langfristig fortbestehen, so muss es immer wieder mit guten Investitionen und Projekten technologisch auf den neuesten Stand gebracht werden. Schafft es ein Unternehmen nicht, so hinkt es dem Wettbewerb hinterher. Das ist ähnlich wie bei der Evolution im Tierreich. Ich möchte in einem Unternehmen arbeiten, das sich den Gegebenheiten gut anpasst, so wie die Schildkröten, die es schon seit den Dinosauriern gibt.

Was schätzen Sie am Unternehmen Moll besonders?

Neben den sportlichen Angeboten, die ich gerne nutze, das Vertrauen, das mir von der Leitungsebene bei jedem Projekt neu ausgesprochen wird. Auch die Unterstützung, die ich täglich von vielen Mitarbeitern erfahren darf, ist super. Projekte in der Größenordnung wie bei der neuen Kandieranlage, können nur umgesetzt werden, wenn möglichst viele gemeinsam an einem Strang ziehen.

Die DNA der Moll-Produkte

Wie gut kann ein Unternehmen eigentlich seine Produkte kennen?

Laborleiter Oliver Schöning kennt sie in und auswendig. Wie er das schafft?

Das neue Analyse-Verfahren BacTrac hilft den Mollianern dabei auf die Sprünge.

Blaues Blut: Welches ist Ihre Rolle bei Moll?

Oliver Schöning: Bei Moll habe ich mich voll und ganz der Qualität verschrieben. Als Laborleiter bin ich Ansprechpartner für alle Fragen, die im Rahmen der Qualitätssicherung unserer Produkte entstehen.

Wann und wie sind sie zu Moll gekommen?

Zu Moll bin ich 2005 gekommen. Nach einer längeren Weiterbildungsmaßnahme im QM-Bereich habe ich eine neue Herausforderung gesucht. Damals hatte ich eher Glück. Die ausgeschriebene QMB-Stelle war zwar bereits vergeben, aber es war eine zusätzliche Verstärkung im QM/QS-Bereich geplant und so begann alles.

Aus welchem Grund fiel die Entscheidung für BacTrac?

In unserem Labor ist es uns wichtig auch eigene Untersuchungen durchzuführen. Der BacTrac ist ein auf Impedanzanalyse (Körperzusammensetzungs-Analyse) beruhendes Verfahren zur Keimzahlbestimmung. Dieses Verfahren gibt uns die Möglichkeit, abseits des aufwendigen klassischen Plattengusses in die mikrobiologische Analytik einzusteigen.

Gerade bei hohem Probenaufkommen, wie es bei uns im Hygiene-Monitoring der Fall ist, ist es ideal. Es lassen sich durch BacTrac mit geringem, personellen Aufwand schnelle und sichere Ergebnisse erzielen.

Was wurde durch BacTrac besser?

Der BacTrac verkürzt die Untersuchungszeit in der Produktanalytik. Eine wichtige Untersuchung findet bei unseren Rohmassen statt. Wir analysieren die osmotoleranten Hefen nun in einer Zeit von 72 Stunden statt in einem Zeitraum von 10 Tagen. Das erhöht unsere Flexibilität bei den Auslieferungen enorm.

Welche Herausforderungen waren bei der Einführung von BacTrac zu meistern?

Für die meisten Kollegen war die Mikrobiologie Neuland und für die Quantifizierung der Keimzahlen mussten zum



Oliver Schöning und Honorata Albrecht

Beispiel umfangreiche Kalibrierkurven erstellt werden. Zudem gab es keine Erfahrungswerte mit Ölsamen, auf die wir zugreifen konnten.

Lief die Installation problemlos?

Die Installation wurde vom Hersteller des Analysengerätes vorgenommen. Zudem gab es noch eine zweitägige intensive Schulung für unsere Laboranten dazu. Somit gab es von Anfang an keine Berührungsängste und das hat den Einstieg für uns absolut erleichtert.

Welche Ergebnisse konnten Sie damit bereits erzielen?

Der BacTrac übernimmt im Hygiene-Monitoring die gesamte Prüfung der Reinigungseffizienz in unserer Rohmassenabteilung. Er ist fester Bestandteil in unserem PEM (Pathogen Environmental Monitoring) geworden. Und unsere Planung geht weiter.

Wieso ist für ein Unternehmen aus der Nahrungsmittelindustrie besonders wichtig, technologisch auf dem neuesten Stand zu sein?

Das ergibt sich allein schon daraus, wettbewerbsfähig zu sein bzw. bleiben. Auch die steigenden Anforderungen bezüglich der Produktsicherheit spielen eine wichtige Rolle.

Was schätzen Sie am Unternehmen Moll besonders?

Den Teamgeist an sich, er ist unbeschreiblich.

Kennen Sie schon?

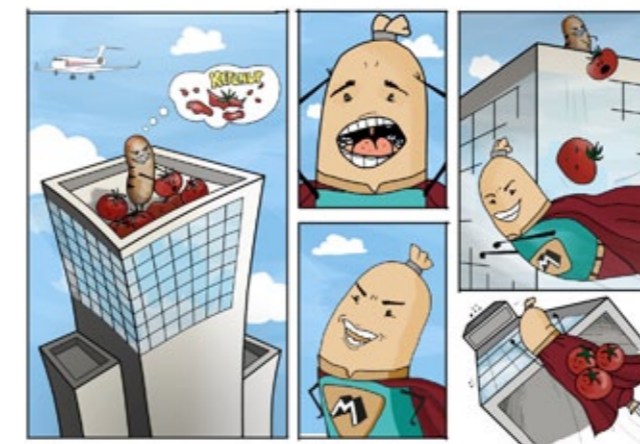
Marziman – die Geschichte eines traditionellen Superhelden

Haben Sie schon einmal den Begriff „multichannel“ gehört? Eines dieser digitalen Modewörter, das bedeutet, dass man seine Produkte über mehrere Kanäle vertreibt? Offline wie auch durch einen Mix an Online-Aktivitäten?

In die Süßwarenlandschaft übersetzt hieße das, dass es auch dort einen Platzhirsch wie „Google“ gibt – nämlich die Schokolade, die im wahrsten Sinne des Wortes in aller Munde ist. Während Marzipan, das mutmaßlich nur im Winter und von Rentnern gegessen wird, wohl so einen Stellenwert hätte, wie vielleicht „Yahoo“.

Was dieser Vergleich zeigt ist, dass das Image von Marzipan nicht das allerbeste ist. Wie kann man also den Coolness-Faktor von Marzipan steigern?

Das Neuköllner-StartUp www.marziman.de hat sich dieser Herausforderung angenommen und ein Storytelling rund um einen Marzipan-Superhelden den „Marziman“ entwickelt.



Dabei geht es um ein zunächst eingeschüchtertes Marzipan-Würstchen, das auf einen Bösewicht trifft, den zu heiß gegarten Curry Carl, eine hirnerkrankte Currywurst, die die Weltherrschaft an sich reißen will. Curry Carl will die Welt in giftigem Curry-Ketchup ertränken und tötet dazu wahllos unschuldige Tomaten, indem er sie von Hochhäusern wirft und zu Ketchup zerschellen lässt.



Marziman, der zufälliger Beobachter dieses Schurken wird, kann nicht anders, er greift ein, rettet die unschuldigen Tomaten und bemerkt dabei, dass er fliegen kann. Da er es aber mit der Landung noch nicht so hat, klatscht er auf den Asphalt vor zwei echte „Berliner Pflanzen“ den „Juten Jens“ und die „Dicke Bertha“, die fortan das Geheimnis um Marzimans Superkräfte teilen, und gemeinsam Abenteuer erleben.

Als Comic ist diese Geschichte auf der Seite des Marziman-Onlineshops (www.marziman.de) zu finden – jeder Comic-Charakter hat eine eigene Geschmacksrichtung.

Bislang schätzen vor allem Marzipanliebhaber und eine vegane Fangemeinde die trendigen Produkte aus der Marziman-Familie. Auch auf Berliner Wochenmärkten und als Firmenkunden-Give-Away ist Marziman zu finden. Das Neuköllner-StartUp ist Moll-Kunde und verteidigt das Vermächtnis des Berliner Marzipans auch über Berlins Grenzen hinaus.

Wer es also traditionell mag, und trotzdem online einkaufen möchte, findet in dem Superhelden „Marziman“ eine innovative und experimentelle Idee, die „multichanneling“ in die Marzipanwelt überträgt und dabei einfach ziemlich viel Freude macht.

Für 2017 plant das StartUp eine Produkt-Innovation, bei der es auf Moll-Know-How und seine Produkte setzt. Es lohnt also www.marziman.de weiterhin im Auge zu behalten.

Branchenvielfalt Neukölln

*Dr. Armin Seitz über das Buch
„Branchenvielfalt Neukölln –
Der Wirtschaftsstandort und seine
Unternehmen“*

Das Unternehmensnetzwerk Neukölln-Südring e.V. stellt in Kooperation mit dem Bezirksamt Neukölln von Berlin (Wirtschaftsförderung), Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH und dem Kreativnetz Neukölln e.V. (KNNK) im Dezember ein Buch über Neukölln mit dem Schwerpunkt Wirtschaft vor.

„Ein gutes Buch lobt sich selbst.“ So sagt ein Sprichwort. Ich hoffe sehr, Sie werden dem zustimmen, wenn Sie unser Buch über den Wirtschaftsstandort Neukölln in Augenschein genommen haben. Also werde ich mich hüten, diese Publikation anzupreisen, denn Sie sollen sich Ihr Bild selbst verschaffen. Stattdessen will ich sagen, warum wir dieses Buch herausgebracht haben.

Die Idee kam im Herbst 2014 im Unternehmensnetzwerk Neukölln-Südring auf, weil wir bemerkten, dass viele Unternehmer in unserem Kreis ziemlich wenig voneinander wussten. Und da Austausch, Kommunikation und Zusammenarbeit den Sinn und Zweck unseres Netzwerks ausmachen, erschien es uns vernünftig, über nützliche Instrumente nachzudenken, die man unseren Mitgliedern in die Hand geben kann. Statt im Internet Suchmaschinen zu bemühen, um anschließend Produkte oder Leistungen aus weiter Ferne anzufordern, kann ein Blick über den Zaun zum Nachbarn so manche Frage schneller und effektiver beantworten.

Ein erster Schritt in diese Richtung war die 1. Neuköllner Unternehmensbörse im September 2015. Schon damals dachten wir daran, eine Art „Branchenbuch“ als Beigabe zu machen. Wir sind froh, dass aus diesem Gedanken nun Realität geworden ist. Und mehr noch, denn wir glauben, mit diesem Kompendium nicht nur ein Stück Branchenübersicht vorzulegen, sondern eine Aussicht auf die Wirtschaft Neuköllns in ihrer ganzen Vielfalt und Farbigkeit.



Wir hoffen, dieses Buch regt zum Blättern an, um vielleicht da und dort bei einem Bild hängenzubleiben, das man so (oder gar überhaupt) noch nie gesehen hat. Denn auch in vertrauter Umgebung kann man Neues entdecken. Gewiss hat dieses Buch die Absicht, Geschäfte zu fördern. Es erfüllt jedoch ebenso seinen Zweck, wenn es das Gespräch zwischen den Unternehmen in Gang bringt und hält.

Schließlich ist dieses Buch ein Stück Bilanz auf unserem Weg, den wir als Unternehmensnetzwerk seit 2008 gehen. Wir zeigen, was miteinander möglich ist, und möchten auf diese Weise Unternehmen ermuntern, sich uns anzuschließen. Längst nämlich ist unser Wirken nicht mehr bloß auf die Gegend des Neuköllner Südrings beschränkt.

Sehr herzlich danken wir der Bezirksbürgermeisterin Frau Dr. Franziska Giffey und der bezirklichen Wirtschaftsförderung sowie der Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH für die Unterstützung jeglicher Art. Dem Partner Kreativnetz Neukölln e.V. (KNNK) sagen wir Dank für die ideenreiche Gemeinschaftsarbeit, die hoffentlich Fortsetzung findet.

Dr. Armin Seitz

1. Vorsitzender des Unternehmensnetzwerk
Neukölln-Südring e.V.

www.netzwerk-neukoelln-suedring.de/branchenbuch



Foto: Angelika Grossmann



IMPRESSUM

V.i.S.d.P.

Moll Marzipan GmbH
Ballinstraße 12
12359 Berlin

Geschäftsführer
Dr. Armin Seitz
Ken Turnbull

Redaktion

Forkefeld Kommunikation
Nina Forkefeld
www.ninaforkefeld.de

Gestaltung und Satz

Design Foundry
Daniel Winter
www.design-foundry.de

Druck

TerminDruck
Carsten Herrmann
www.termindruck-berlin.de