

Innovationen in Hülle und Fülle

Seit über 160 Jahren steht die Kalle GmbH an der Spitze der industriellen Fertigung von hochwertigen Wursthüllen und Schwammtüchern. Als weltweit führender Anbieter setzt das Unternehmen Maßstäbe in Qualität und Innovation, vor allem auf dem Gebiet der Wursthüllen. Die langjährige Erfahrung und das unermüdliche Streben nach Perfektion haben dazu geführt, dass die Kalle Gruppe heute ein verlässlicher Partner für ihre Kunden weltweit ist. Wirtschaftsforum sprach im Interview mit den beiden Geschäftsführern Siegfried Weber und Torben Müller über das Geheimnis des Erfolgs und die Pläne für die Zukunft.

Interview mit



Torben Müller und Siegfried Weber, Co-CEOs der Kalle GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Müller, Herr Weber, Sie haben im vergangenen Jahr das 160-jährige Bestehen der Kalle GmbH gefeiert. Was waren die größten Meilensteine der Unternehmensgeschichte?

Torben Müller: Unsere Geschichte, die 1863 begann, ist vor allem geprägt von Innovationen. Produkte von Kalle haben das Geschäft rund um die Wurst immer wieder neu definiert. Den Anfang machte 1929 die erste nahtlose Wursthülle aus Cellulose, die von Unternehmensgründer Dr. Wilhelm Kalle erfunden wurde. Unter dem Markennamen Nalo bot Kalle die künstliche Wursthülle unter dem als Alternative zum Naturdarm an und ermöglichte damit einen entscheidenden Fortschritt für die moderne Fleischwirtschaft. Ein weiteres Highlight war der Start der Schwammtuchproduktion im Jahr 1955. Schwammtücher haben mit Cellulose und Baumwollfasern das gleiche Rohmaterial wie Wursthüllen, sodass Kalle Synergien nutzen konnte.



Seit 1955 ist das legendäre Schwammtuch fester Bestandteil des Kalle-Produktportfolios

Die Schwammtücher wurden so erfolgreich, dass 1975 die zweite Schwammtuchproduktion in Betrieb genommen wurde. Gleichzeitig wurden die Wursthüllen konsequent weiterentwickelt und wir haben mit NaloProSpice die erste Nahtlose Hülle mit einem Gewürz- und Rauchübertrag auf den Markt gebracht. Unser jüngster Meilenstein war die Eröffnung unserer vierten Schwammtuch-Produktionslinie Ende April diesen Jahres. Diese läuft komplett automatisiert und damit haben

wir insgesamt eine Kapazität von etwa 14 Millionen m² Schwammtüchern pro Jahr.

Wirtschaftsforum: Die Branche bringt sicherlich auch verschiedene Herausforderungen mit sich. Welche Themen beschäftigen Sie aktuell?

Siegfried Weber: Ein großes Thema für die Zukunft unserer Branche ist die Nachhaltigkeit. Wir haben bereits biologisch abbaubare Hüllen im Angebot, die

zum Beispiel in Biogasanlagen verwertet werden können. Kalle beschäftigt sich intensiv mit den Erwartungen der Verbraucher und entwickelt Hüllen, die dem wachsenden Bedürfnis nach bewusster Ernährung gerecht werden. Ein Beispiel dafür sind die 'Clean Label' Casings. Das sind Übertrags-hüllen, die keinerlei Konservierungsmittel, künstliche Farbstoffe und Allergene enthalten. Auch vom Trend zu vegetarischer und veganer Ernährung profitiert Kalle, denn die Hüllen eignen sich für jegliche Nahrungsmittel in Teigform, sogenannte 'pastöse' Produkte. Dazu zählen neben Wurst auch Käse, Tofu oder Seitan.

Wirtschaftsforum: Gibt es neben der hohen Innovationskraft und Kundenorientierung noch weitere Stärken, welche die Kalle Gruppe auszeichnen?

Torben Müller: Wir verkaufen nicht aus einem Katalog, sondern arbeiten mit dem direkten Vertrieb. Unsere Vertriebsleiter sind



Die Kalle GmbH bietet ein breites Sortiment an Wursthüllen an

entweder gelernte Metzger oder kommen aus der Industrie und verstehen die Prozesse und Technik der Maschinen. Unser gesamtes Team besteht aus Fachleuten in allen Bereichen, die die Märkte genau kennen. Darüber hinaus haben wir ein ganz ausgeprägtes System von Partnerschaften und verkaufen Unterstützungsprodukte von anderen Unternehmen mit, welche die Produktion der Kunden optimieren. Diese Partnerschaften wollen wir weiter ausbauen.

Wirtschaftsforum: Welches ist eines der Highlights aus Ihrem Produktportfolio in diesem Bereich?

Torben Müller: Zu unseren stärksten Produkten gehören die Value-Added-Casings. Value-Added-Casings stehen für Zusatznutzen, der weit über die klassischen Hüllenfunktionen hinausgeht. Sie ersetzen ganze Produktionsschritte in der Wurstherstellung, indem sie Rauch, Farbe und Gewürze von der Hülle direkt auf die Oberfläche der Füllung übertragen. Dies geschieht während des Kochprozesses, nachdem der Inhalt aus Fleisch, Käse oder Tofu in die Hülle gefüllt wurde. Danach ist das Produkt fertig und bleibt so lange in der Hülle, bis die Ware aufgeschnitten oder ausgepackt wird. Abhängig von der Anwendung und dem bisherigen Produktionspro-

zess können Unternehmen mit den Value-Added-Casings bis zu 20% der Prozesskosten einsparen, weil Kochverluste vermieden und Arbeitsschritte eliminiert werden.

Wirtschaftsforum: Für welche Anwendungen kommen die Produkte aus dem Hause Kalle zum Einsatz?

Siegfried Weber: Kalle-Hüllen kommen bei der Produktion von Fleischprodukten und vegetarischen und veganen Lebensmitteln zum Einsatz. Kalle Schwammtücher werden für Haushaltsanwendungen und in der Profi-Reinigung eingesetzt, können aber viel mehr als im Haushalt höchst effektiv Flüssigkeiten aufnehmen. Einsatzbereiche sind zum Beispiel medizinische oder kosmetische Anwendungen, Dämmschutz in der Automobilindustrie, Schallschutz, Feuchtigkeitsabsorption in Satelliten oder als Verdunstungsmedium in der Kältetechnik. Außerdem macht sich unser Team permanent Gedanken, welche weiteren Anwendungsbereiche es gibt.

Wirtschaftsforum: In der Vergangenheit hat die Kalle Gruppe zahlreiche Innovationen auf den Markt gebracht. Was sind die neuesten Entwicklungen?

Torben Müller: Aktuell haben wir einiges in der Pipeline. Die meisten Neuentwicklungen entstehen auf Basis von Anforderungen unserer Kunden, für die wir eine Lösung finden. Viele Entwicklungen fokussieren sich hierbei auf das Thema Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft oder vegane Anwendungen. Außerdem arbeiten wir an alternativen Rohstoffen oder Farben. Dabei machen wir uns auch über die Zukunft Gedanken. Ein großes Thema ist die Nachhaltigkeit und wir arbeiten an biologisch abbaubaren Hüllen oder recycelten Hüllen. Die neue Basis der Hüllen sind Proteine und wir haben auch komplett neue Ideen für den Produktionsprozess. Dabei arbeiten wir wieder mit unseren Kunden zusammen. Die Anforderungen an eine Wursthülle sind extrem hoch. Sie muss unter anderem enormen Druck aushalten, sie muss expandieren können, muss wasserdurchlässig sein, dann wieder schrumpfen und am Ende von alleine abfallen. Das erfordert sehr viel Know-how und hier sind wir der richtige Ansprechpartner.

Wirtschaftsforum: Welche Strategie haben Sie für die Zukunft der Kalle Gruppe?

Siegfried Weber: Wir haben bereits internationale Hubs für Wursthüllen und Schwammtücher. Zukünftig wollen wir uns noch lokaler aufstellen und unsere Produkte so nah wie möglich unseren Kunden konfektionieren. Außerdem legen wir Wert auf unsere Mitarbeiter und darauf, dass sie regelmäßig geschult werden.

Kalle
KALLE GROUP

KONTAKTDATEN

Kalle GmbH
Rheingaustraße 190-196
65203 Wiesbaden
Deutschland
☎ +49 611 96207
info@kallegroup.com
www.kallegroup.com

Wir wissen, was wir an unserem Team haben und was wir an unserem Standort haben.

IN KÜRZE

Kernkompetenz

Entwicklung und Produktion von Wursthüllen und Schwammtüchern

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1863

Struktur: GmbH

Niederlassungen: Deutschland, USA, Chile, Ungarn u.a.

Mitarbeiter: 1.500, davon 700 in Wiesbaden

Umsatz: über 300 Mio. EUR

Export: weltweit, vor allem Südamerika, Südafrika und Nordafrika

Leistungsspektrum

Value-Added-Casings, Viskosehüllen, Polymerhüllen, Netze, Textilhüllen, Schwammtücher

Philosophie

Kundenorientierung und langfristige Beziehungen

Zukunft

Geografische Expansion nach Asien und
Footprint-Optimierung
Neue Schwammtuchlinie
Neue Produkte in der Hülle, u.a. biologisch
abbaubare Hüllen
Partnerschaften ausbauen
M&A