

Aufbruch und aufbrechen – damals wie heute

KÖLLA-Gruppe | 100 Jahre ► Ein Jubiläum kommt selten alleine. Nicht nur das Fruchthandel Magazin freut sich in diesem Jahr über das Erscheinen seiner 5.000 Ausgabe. Grund zur Freude hat auch die KÖLLA Gruppe, die am 1. August ihr 100-jähriges Bestehen feiert. Im Jahr 1921 gegründet, kann das Unternehmen mit heute acht Niederlassungen im In- und Ausland auf eine bewegte Firmengeschichte zurückschauen. Doch bekanntlich sind aller guten Dinge drei. Auch Geschäftsführer Georg Hoffmann ist in diesem Jahr 40 Jahre bei KÖLLA an Bord.

Michael Schotten



Vernetzte Kommunikationslösungen in Echtzeit über alle Standorte, kurze Entscheidungswege dank transparenter Daten-Infrastruktur, dazu profunde Expertise und Beherrschung der Supply Chain, just in time 24/7 – so präsentiert sich die KÖLLA-Gruppe im Jahr 2021. Das spiegelt sich vielleicht am deutlichsten im aktuellen KÖLLA-Projekt „Together“ wider, das Mitarbeiter und Wissensstrukturen noch enger miteinander verbindet, interne und externe Prozesse vereinheitlicht und neu bündelt. Für Georg Hoffmann und Marc Nikolai ist klar: Aufbruch und aufbrechen liegen im modernen Fruchtgeschäft ganz nah beieinander. „Ohne Digitalisierung geht nichts mehr, wie die Corona-Krise uns alle gelehrt hat. Mit ‚Together‘ brechen wir bestehende Strukturen auf und verknüpfen alle Unternehmensprozesse noch stärker, kommuniziert wird vertikal und horizontal über alle Ländergrenzen hinweg. Dies ist in der Produktion, beim Sourcing und im Category

Für Marc Nikolai (l.) und Georg Hoffmann ist es wesentlich, dass Kernwerte wie gegenseitiges Vertrauen und Respekt in der KÖLLA Gruppe auch weiterhin gelebt werden.

Management für unsere Kunden von grundlegender strategischer Bedeutung. Es ermöglicht mehr Effizienz, Flexibilität und Ersetzbarkeit bei unseren Prozessen und einen Wissenstransfer für unsere Kunden“, erklärt Managing Director Marc Nikolai im Interview mit dem Fruchthandel Magazin.

Die gestiegenen Anforderungen im modernen Fruchtgeschäft kennt natürlich auch Georg Hoffmann mit seiner jahrzehntelangen Erfahrung bestens. Am 6. Januar war für ihn ein besonderer Tag: genau vierzig Jahre zuvor hatte der Firmenchef als Volontär bei KÖLLA in Frankreich seine Laufbahn begonnen. Strategische Weitsicht und Planungskompetenz, das war bei KÖLLA schon von der allerersten Stunde an Teil der DNA. Im beginnenden 20. Jahrhundert gab es zwar noch keinen Algorithmus, aber sehr wohl einen Rhythmus, dem das Fruchtgeschäft folgte und damals wie heute eine gehörige Portion Erfahrung und unternehmerischen Mut erforderte. Dies traf ganz sicher auch auf Jean-Jacques Kölla und Jon Scharplatz zu, die KÖLLA im Jahr 1921 gründeten. Als sich ein gutes Jahrzehnt später ihre Wege trennten, übernahm der Namensgeber die Leitung der Firma. Fortan konzentrierte man sich verstärkt auf die Frischfruchtbranche. „Der streng reglementierte Handel mit Obst aus Italien wurde das erste Standbein, zuvor waren bereits getrocknete Weinbeeren/Sultaninen aus der Türkei, Griechenland und sogar aus Kalifornien importiert worden“, erläutert Georg Hoffmann.

Technisch gesehen stand das Fruchtgeschäft damals allerdings noch auf schwachen Füßen. „Die Geschäfte wurden per Telegramm gemacht. Die Abwicklung über ein Kurbeltelefon erfolgte über mehrere lokale Telefonämter in der Schweiz sowie Italien und war sehr kompliziert. Fernschreiber gab es damals noch nicht“, betont Hoffmann. Die Technik, sie wurde erst später zum Treiber.

Lebendige Geschichte

In den schwierigen Kriegsjahren leistete KÖLLA einen wichtigen Beitrag zur Sicherstellung der Ernährung der schweizerischen Bevölkerung. In der Nachkriegszeit ergriffen die damaligen Gesellschafter dann früh die Chance und expandierten Richtung Deutschland. „Möglich



Alle zwei Jahre findet ein Firmentreffen statt, hier im Jahr 2018 in Düsseldorf.

war dies durch die Importlizenzen, die den deutschen Obst- und Gemüseimporteuren erteilt worden waren“, so Hoffmann. Auch in technischer Hinsicht ging es langsam bergauf. „Der erste Fernschreiber wurde 1951 in Bern installiert, zudem wurde das Telefonnetz intern und extern verbessert.“ Damit wuchsen auch die Möglichkeiten und der Umsatz. Mit dem steigenden Erfolg wurde 1958 das Verkaufsbüro in Düsseldorf, Vorläufer der heutigen KÖLLA GmbH & Co KG, eröffnet. Von seiner Privatwohnung aus startete damals Hans-Peter Hoffmann, eine der bis auf den heutigen Tag angesehensten Persönlichkeiten im Fruchtgeschäft, den Handel für die Firma KÖLLA in Deutschland. Mit viel Engagement baute er mit seinem Kollegen Günther Drenker das Büro weiter auf. Beide wurden im Jahr 1966 Gesellschafter. Die Entwicklung der Fernschreiber hielt gerade so mit ihren Ambitionen mit. Nach drei Umzügen waren 1968

immerhin bereits sechs Geräte installiert. Spezialisiert auf den Frankreich-Import, profitierte man zusehends auch von den Kontakten nach Italien und Spanien. „In den Folgejahren wurden Einkaufsbüros in allen Produktionsgebieten eröffnet und die Zielmärkte erweitert“, erzählt Georg Hoffmann.

Seit den 80er Jahren

Entscheidende Schritte zum modernen Fullservice-Provider wurden dann in den 80er und 90er Jahren gemacht. „Damals konsolidierte die KÖLLA Gruppe ihre Tätigkeiten, schloss nicht notwendige Repräsentanzen und Büros und interpretierte die alte Strategie der Internationalisierung und Servicedienstleistung neu“, führt Hoffmann weiter aus. Vernetztes Arbeiten in immer komplexeren Lieferketten und mit immer anspruchsvol-

**Der Düsseldorfer
Großmarkt in
früheren Zeiten.
Damals gab
es noch keine
Paletten und
praktisch nur
Waggons.**





leren Kundenvorgaben, dies war schon damals das Gebot der Stunde, sagt er. Die Richtung war vorgezeichnet, der technische Wandel ermöglichte in der Folge immer größere Aktionsräume. Aber auch personell tat sich einiges. Die alten Partner schieden aus und die neuen, jungen Gesellschafter um Georg Hoffmann, Claude Friederich, Josef Koch, Peter Hoffmann, Christoph Mis und Emilio Maura übernahmen zwischen 1992 und 2000 das Ruder in der Gruppe. Mit großer Innovationskraft, Fleiß, Können und viel Vertrauen untereinander bauten sie die KÖLLA Gruppe weiter zu einem international tätigen Handelsunternehmen auf. Die internationalen Produktions- und Beschaffungsmärkte wurden in der Folge noch wichtiger. „Spanien wurde mit der Neueröffnung der KÖLLA S.L. 1998 in Valencia durch Emilio Maura unser stärkstes Beschaffungsland. 2004 wurde das Büro München auf die Beschaffung von türkischen Obstsorten umgestellt. Ziel war es, mit eigenen Packbetrieben Einfluss auf die Produktion zu nehmen und qualitativ hochwertige Produkte im europäischen LEH mit KÖLLA Know-How zu platzieren. Dafür stehen bis heute unser geschäftsführender Gesellschafter Gündüz Sadak und sein Team in München“, beschreibt Marc Nikolai die Entwicklung.

Seit 2015 verlief diese dann noch einmal schneller, der französische Markt wurde z.B. durch die neu gegründete KÖLLA France bedient. KÖLLA Italia in Bozen ist seit 2016 aktiv und wächst kontinuierlich im italienischen Markt. „Gleichzeitig unterstützt die Niederlassung den globalen und den europäischen Export der Gruppe“, so

Das KÖLLA-Büro am Düsseldorfer Großmarkt Ende der 90er Jahre: Peter Hoffmann, Emilio Maura, Silvia Diago, Hanne Buckermann, Christoph Mis und Georg Hoffmann sind auch heute noch aktiv.

Georg Hoffmann. Die Internationalisierung der Gruppe zeigt sich in besonderem Maße durch die Gründung der KÖLLA BV im Jahr 2016 in Venlo, über die der gesamte Überseeimport von Obst gesteuert wird. „Zusätzlich sind Repräsentanzen in Südafrika und Südamerika aktiv. Ganzjahresprogramme werden damit aus einer Hand abgesichert. Seit 2017 ist die KÖLLA Gruppe auch in England vertreten und hat ein Büro in der Nähe von London eröffnet.“ Das Büro in Izmir, das seit 2018 aktiv ist, betreut die türkische Produktion und exportiert weltweit. Neben der Unterstützung des Europabüros KÖLLA München wird dort vor allem das Trockenfruchtsegment vorangetrieben.

Ein solches Wachstum nach außen erfordert naturgemäß auch ein Zusammenwachsen nach innen, es macht verständlich, warum man bei KÖLLA dem Projekt „Together“ eine solch große Bedeutung beimisst. „Wir sind dabei, die KÖLLA Gruppe fit für die Zukunft zu machen. Dazu gehört nicht nur, die Internationalisierung voranzutreiben, Business-Prozesse zu optimieren und die Sortimente weiter zu entwickeln, sondern auch, personell die richtigen Weichen zu stellen. Dies haben wir bekanntlich gerade in zentralen Management-Bereichen getan. Themen wie Klimawandel und Klimaschutz, Digitalisierung, Qualitätssicherung oder Serviceoptimierung haben wir ebenfalls fest im Blick. Bei alledem ist uns eines ganz wichtig; dass die auf gegenseitigem Vertrauen und Respekt basierende Firmenphilosophie in der KÖLLA Gruppe auch weiterhin gelebt wird“, betonen Georg Hoffmann und Marc Nikolai. ●