

Komplett neuen Markt geschaffen

Flammkuchen, einst ein regionales Gastronomieprodukt der französischen Grenze, hat in den vergangenen Jahren die Welt erobert. Maßgeblich daran beteiligt waren ein Techniker, ein Önologe und eine Kauffrau.



++ Flammkuchen gestapelt als Gourmet-Burger mit Hummer und Trüffel

+ Flammkuchen oder Flammekueche, wie er in Frankreich heißt, ist dem Ursprung nach ein regionales Produkt aus dem Raum Elsass, Lothringen auf der französischen Seite des Rheins und Baden sowie Pfalz auf der deutschen Seite. Eine flache Scheibe aus hefeflosem Teig, belegt mit Sauerrahm, Speck und Zwiebeln, schnell und kross gebacken, ein idealer Begleiter zu Bier und Wein. In der Vergangenheit waren es zunächst handwerkliche Bäckereien, später überwiegend mittelständische Betriebe in Frankreich wie in Deutschland, die den Wirten und Marketiers von Wein- und ähnlichen Festen den fertig geformten Teig frisch lieferten.

Dass Flammkuchen heute in Hamburg ebenso selbstverständlich gegessen werden wie in Tokio, London oder Kapstadt, nahm 2006 seinen Anfang. Damals gründeten Dieter Wieser, Michaela Paulsen und Frank Wambsgans ein Unternehmen, das sich der hochgradig automatisierten Fertigung des perfekten Flammkuchen-Bodens verschrieben hatte. Welch Potenzial in dieser Spezialität liegen kann, hatten sie zuvor als Gastrolieferanten eines Flammkuchen-rundum-sorglos-Paketes inklusive Ofen, Equipment etc. und zugekauften Flammkuchenböden festgestellt. Doch aus den Händlern

wurden nicht nur Produzenten, sondern auch Produktentwickler und Maschinenbauer.

Sechs Tage, drei Schichten – im Schnitt verlassen 150.000 bis 180.000 Flammkuchen das Werk in Hauenstein.

Wie üblich begann die Produktion 2006 in Räumen, die schnell zu klein waren. 2013 kam nach diversen An- und Umbauten schließlich für rund 12 Mio. EUR ein veritabler Neubau dazu. Dort werden heute auf sechs Linien Böden produziert und auf zwei Linien entstehen wahlweise Böden oder fertig belegte Flammkuchen. Sechs Tage, drei Schichten – im Schnitt verlassen 150.000 bis 180.000 Stück das Werk. 90 % davon sind kundenbezogen gefertigt, so Frank Wambsgans, im Klartext: Eigenmarken, wobei gewählt werden kann zwischen reinen Weizenteigen, Dinkel oder auch Weizen mit Roggen und Malz, gefertigt nach eigener Rezeptur, in eigener Dicke, eigener Form, eigener Verpackung, wahlweise in Bioqualität oder konventionell, frisch oder TK.



++ Volumetrisch geteilt läuft der Teig zu den Formstationen



++ Flammkuchenböden in Bioqualität als TK-Produkt



++ Prozessüberwachung per Bildschirm (in der Mitte Frank Wambsganss)

Der Anteil der reinen Böden liegt derzeit bei rund 80 %. 70 % dieser Böden gehen als Frischware mit einer Restlaufzeit von 45 Tagen auf die Reise, 30 % tiefgekühlt. Fertig belegte Böden gibt es nur als Tiefkühlware. Frischware ist keineswegs nur für den deutschen Markt bestimmt. Selbst die Handelsketten und Gastronomiegroßhändler in Spanien kaufen frische Flammkuchen, die nach Ankunft dort immerhin noch ein MHD von 35 Tagen vorweisen.

Die Linien, die heute im Werk im pfälzischen Hauenstein stehen, sind zu großen Teilen keine komplett gelieferten Produktionsstraßen, sondern eine Kombination aus zugekauften Maschinen und Anlagen und Eigenentwicklungen (von denen es deshalb auch keine Fotos gibt). Eine wesentliche Stellung nehmen dabei die Stempel ein, die den von volumetrischen Teigteilern portionierten Teig in einer Form absolut gleichmäßig auf eine Dicke von 1,2 mm reduzieren und das über eine Länge von bis zu 38 cm. Stempel wie Form sind dabei erhitzt, sodass beide Oberflächen des Fladens während des Pressens vorbacken. Erst anschließend schneidet eine Stanze den noch flexiblen Fladen in die gewünschte Form, der dann zur Verpackung weiterfährt. Die gesamten Linien sind hoch automatisiert. Von den 60 Mitarbeitern arbeiten gerade mal 30 in der Produktion und da sind Qualitätsmanagement, Produktentwicklung und die hauseigenen Techniker schon mitgezählt.

» **Gedanklich sind wir immer dabei, neue Produkte, Formen und Anwendungen zu entwickeln** «

Die Marktentwicklung, so Wambsganss, findet derzeit auf mehreren Ebenen statt. Im Inland wächst die Nachfrage sowohl in der Gastronomie wie im Lebensmitteleinzelhandel nach wie vor sehr deutlich. Caterer entdecken das Produkt für sich und verlangen nach eigenen Produkten für ihre Buffets. Derzeit kommt eine starke Nachfrage aus Skandinavien, Benelux, Spanien, aber auch aus Frankreich und selbst in Südafrika und Asien ist der Flammkuchen inzwischen ein Begriff. In China backt man ihn besonders gerne im Wok.

Ein weiterer Entwicklungspfad beschäftigt sich mit neuen Varianten und Anwendungen, etwa als veganes Produkt, als Unterlage für Torten, mit Baiser oder halbgefrorener Crème brûlée belegt. Die Ideen stammen zum Teil von Kunden, zum Teil aus dem eigenen Haus. Wambsganss: „Gedanklich sind wir immer dabei, neue Produkte, Formen und Anwendungen zu entwickeln. Allerdings setzt die Anforderung, dass das Produkt nicht nur händisch, sondern automatisiert gefertigt werden muss, Grenzen und derzeit absorbiert das rasant wachsende Tagesgeschäft viel von unserer Kraft.“ Kraft kosten auch die nächsten Investitionspläne. Spätestens 2017 sollen vier weitere Linien die Produktion aufnehmen, danach ist die Erweiterung der Expedition dran usw. Auch der Vertrieb wächst, so wurde beispielsweise die Gusto Palatino AG mit Sitz im schweizerischen Gossau gegründet und weitere internationale Sprösslinge dürften folgen. +++