

Moll: 50 Prozent Absatzplus

Berliner Marzipanhersteller plant 2007 weitere Investitionen

Berlin (BM) – 2006 erzielte die Moll Marzipan GmbH im Bereich Bäckerei- und Konditorei-Fachgroßhandel ein Absatzplus von ca. 50 Prozent, ein Zeichen dafür, dass sich das Unternehmen trotz schwieriger Marktgegebenheiten wieder fester etablieren konnte.

Sergio Sportelli, seit 2001 Vertriebsleiter für den Bäckerei- und Konditorei-Fachgroßhandel im Hause Moll, sieht in diesem Erfolg die Bestätigung einer Strategie, die auf Nähe zum Rohstoffmarkt, Optimierung diverser Produktionsprozesse samt damit verbundener Qualitätsverbesserung und eine offene und kompetente Beratung setzt.



Vertriebsleiter Sergio Sportelli setzt auf offene und kompetente Beratung. Foto: Moll

Um Qualitätsstandards allgemein weiter anzuheben, plant das Unternehmen für 2007 neue Investitionen. Ab

Juni wird zur Optimierung der Fremdkörpervermeidung ein Lasersorter der neuesten Generation installiert. Vorbereitungsarbeiten zur Einführung eines Qualitätssicherungssystems nach IFS-Standard haben bereits begonnen. Es soll die bisherige Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001:2000 ersetzen. Ein positiver Projektabschluss wird im Laufe des Jahres 2007 angestrebt. Die Produktionsprozesse und Produkte des Hauses Moll sind auf die aktuellen HACCP-Standards ausgerichtet, und die hohe Reinheit der Produkte findet ihren Ausdruck in Kosher-, Allergen- und GMO-Zertifikaten.