



**WOLFRAM STRAUCH (li.) UND  
MATTHIAS DIETZSCH**  
Geschäftsführer der anona GmbH

# Die Nahrungsmacher

Vegane Lebensmittel, Wellness-, Fitness- und Sportnahrung sind voll im Trend. Aus einer Mühle im sächsischen Colditz entstanden, entwickelte sich die anona GmbH zu einem weltweit agierenden Unternehmen für zeitgemäße Ernährung, das exklusiv Produkte für Private Labels entwickelt und produziert.

**Prof. Dr. Jo Groebel: Es freut mich, dass ich heute gleich zwei Gesprächspartner im Interview habe: Matthias Dietzsch und Wolfram Strauch, beide Geschäftsführer und seit 1998 beziehungsweise 2018 im Unternehmen. Ihre Firma stellt aus rund 1.500 Rohstoffen Produkte für Private Labels im Bereich Gesundheit und Fitness her, darunter Kekse, Riegel, Pulver, Liquids und Kapseln, auch als Nahrungsergänzung, und außerdem traditionell Softeis. Woher stammt der Name anona?**

**Wolfram Strauch:** anona nannte man in früheren Zeiten den Jahresertrag an Feldfrüchten, beziehungsweise die den Beamten und Soldaten zustehenden Naturalbezüge.

**Matthias Dietzsch:** Der Name verweist damit auf die Wurzeln des heutigen Unternehmens, die mit der Privatisierung einer Amtsmühle im sächsischen Colditz im Jahre 1826 verbunden sind.

**Sie bezeichnen sich und Ihr Unternehmen als „Die Nahrungsmacher“. Nahrung ergibt sich aus Ihren Produkten, bezeichnend finde ich das Wort Macher. Sie und Ihre Firma stehen für Innovationsfreude und tatsächlich auch für ein Machen im positivsten Sinne des Wortes.**

**Dietzsch:** Das stimmt. Selbstverständlich haben auch wir Erfahrungen mit Krisen wie vermutlich fast jeder Mittelständler. In der Wendezeit nach 1990 hatten wir, wie die meisten Betriebe der früheren DDR, zunächst ziemliche Schwierigkeiten. In unserem Fall gab es Anpassungsprobleme durch den weitgehenden Zusammenbruch unserer traditionellen Märkte und die Umstellung auf Backmischungen für Industrie und Handwerk. Wir schrumpften von 134 auf nur noch 34 Mitarbeiter.

**Strauch:** In dieser Zeit wurden aber auch wegweisende strategische und betriebswirtschaftliche Entscheidungen getroffen und von unserer Belegschaft mit viel Leidenschaft umgesetzt. Heute beschäftigen wir rund 520 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und sind erfolgreich in dem, was wir tun.

**Das ist beachtlich. Wie kam es zu diesem Aufschwung?**

**Strauch:** Zunächst mit Produkten, die vor allem Bodybuilder ansprechen. Schließlich haben wir uns durch ständige Erneuerung und Weiterentwicklung der Produktpaletten und Herstellungstechnologien vom Nischen- in den Massenmarkt hinein bewegt. Positiv ausgewirkt hat sich natürlich auch das zunehmende Bedürfnis der Verbraucher nach gesunder Ernährung und körperlicher Fitness.

**Sie folgen dabei sicherlich wissenschaftlichen Erkenntnissen.**

**Dietzsch:** Absolut. Wenig Kohlehydrate, wenig oder gar kein Zucker, viele Ballaststoffe und viel Eiweiß. Inzwischen bedienen wir auch den

Trend zu veganen Produkten, hier steigt die Nachfrage. Und wir verzeichnen ein hohes Wachstum bei Bioriegeln und ähnlichen Warengruppen.

**Nicht zu vergessen das Softeis.**

**Dietzsch:** Für das Softeis waren wir schon in der DDR bekannt. Heute versorgen wir mit unserem Markenzeichen, dem Pinguin, bundesweit die entsprechenden Geräte in Bäckereien, Eisdieleen und an vielen anderen Orten mit den Grundstoffen für diese besondere Form von Eis.

**Strauch:** Auch wenn auf das Eis nur ein geringerer Teil des Umsatzes entfällt, den Aha-Effekt erleben wir ständig bei Bewerberinnen und Bewerbern, die im Osten aufgewachsen sind.

**Apropos Bewerber, wahrscheinlich ist es in dieser Region nicht so einfach, Mitarbeiter zu finden ...**

**Strauch:** Die Suche nach Mitarbeitern zählt für uns zu den größten Herausforderungen. Leider können wir, wie viele andere Unternehmen auch, nicht jede offene Stelle sofort besetzen.

**Sie haben eine Art Prämie ausgelobt für die Vermittlung neuer Arbeitskräfte. Ein schönes Beispiel für Ihre Innovationsfreude, für die Sie insgesamt vielfach ausgezeichnet wurden. Dazu gehört, dass Sie jährlich rund tausend neue Produkte entwickeln ...**

**Dietzsch:** ... und diese tausend neuen Produkte kommen tatsächlich auf den Markt.

**Und das in dreißig Ländern, nicht zuletzt in China und Japan. Das hätte ich zunächst aufgrund preislicher Konkurrenz nicht erwartet.**

**Strauch:** Man darf nicht unterschätzen, dass gerade in China „Made in Germany“ noch immer ein hohes Prestige hat. Qualität und vor allem Sicherheit der Lebensmittel werden damit verbunden. Unsere gezielte Produktentwicklung und die innovativen Angebote sorgen auch dort für ständige Nachfrage.

**Qualität ist selbstverständlich die Grundvoraussetzung für all das.**

**Strauch:** Wir stehen für Qualität, für jeden Kunden. Qualitätssicherung, ständige Prüfung, Rechtssicherheit und Kontrolle der Deklarationen gehören zu unserer DNA.

**Wichtig sind für Ihr Unternehmen neben der Grundlagenforschung sicherlich auch Ernährungstrends.**

**Dietzsch:** Wir beziehen uns einerseits auf wissenschaftliche Erkenntnisse, andererseits ist aber auch der Austausch mit unseren Kunden wichtig, die Impulse setzen und neue Produkte nachfragen.

**Strauch:** Ja, wie zum Beispiel die Kombination aus Flüssigkeit und Pulver in einer Kleinverpackung, die dann zwecks höherer Wirksamkeit erst kurz vor dem Verbrauch zusammengeführt werden, um die



Produktentwicklung und Kapselabfüllung bei anona.

empfindlichen Vitamine zu erhalten. Hier gehören wir auch international zu den Pionieren.

**Mit all Ihren Innovationen und Markterfolgen und einem Umsatz von über hundert Millionen verwundert nicht, dass Sie im Landkreis Leipzig der größte Industriearbeitgeber sind. Wie ist es in Deutschland und grenzüberschreitend um die Konkurrenz bestellt?**

**Strauch:** In Deutschland sehen wir uns als innovativer Marktführer bei Diät- und Fitnessnahrung sowie Nahrungsergänzung. International gibt es durch Zusammenschlüsse Unternehmen ähnlicher Größe. Unser Alleinstellungsmerkmal ist, dass wir Produkte verschiedenster Herstellungskategorien aus einer Hand anbieten können. Ein Ansprechpartner ist für die gesamte Produktpalette eines Kunden zuständig.

**Wie eigenständig sind Sie im finanziellen Bereich, welche Rolle spielen Investoren und Banken?**

**Strauch:** Seit Jahrzehnten arbeiten wir vertrauensvoll mit einem Bankenportfolio zusammen. Unser vernünftiges Wirtschaften hat uns eine solide Eigenkapitaldecke verschafft. Wir verzichten auf große Finanzinvestoren, sind immer noch ein klassischer Familienbetrieb mit einem guten Fundament.

**Stichwort Familienbetrieb. Mitte der Siebzigerjahre hatte ein direkter Nachfahre der ursprünglichen Getreidemühlenbesitzer aus dem frühen 19. Jahrhundert in der DDR die Markenrechte für anona angemeldet. Ist die Familie heute noch beteiligt?**

**Dietzsch:** Einer der beiden Gesellschafter von anona entstammt in fünfter Generation der Gründerfamilie.

**Strauch:** Es war eine alte Müllerdynastie mit mehreren Standorten in Mitteldeutschland. Die Familie hatte mit dem Urbetrieb in der Wendezeit einen schweren Stand. Es gab daher vonseiten eines Mitglieds die Gründung eines Baumarktes, der eine Zeit lang half, das Lebensmittelunternehmen mitzufinanzieren. Dazu passt, dass unser neues drittes anona-Werk auf dem Gelände des früheren Baumarktes errichtet wurde. Wir planen, in Vorbereitung auf unser zweihundertjähriges Firmenjubiläum im Jahr 2026, das unter Denkmalschutz stehende Speichergebäude der alten Getreidemühle perspektivisch zur Darstellung unserer Unternehmensgeschichte zu nutzen.

**Beeindruckend ist die Kombination aus Tradition und Innovation, aus zukunftsweisendem Unternehmen und historischem Familienbezug. Dabei spielt auch die Region eine wichtige Rolle.**

**Strauch:** Colditz und anona gehören schlicht zusammen. Neben vielen anderen Aktivitäten gibt es hier sogar eine von uns gesponserte anona-Arena. Wichtig ist uns die Unterstützung der Kinder- und Jugendarbeit in der Region. Auch bei der Impfkampagne für unsere Mitarbeiter haben wir eng mit der Kommunalpolitik und den Behörden zusammengearbeitet.

**Mir fallen Ihre manchmal Startup-ähnlichen Ansätze auf.**

**Strauch:** Die Mischung macht's. Neben altbewährten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern übergeben wir auch schon mal den unter Dreißigjährigen Führungsverantwortung und sorgen so immer wieder für frischen Wind. All das bei relativ flachen Hierarchien und flexiblen Aufstiegsmöglichkeiten.

**Bei zwei Geschäftsführern würde es ohne die Betonung von Teamgeist und Gemeinsamkeit ja gar nicht funktionieren.**

**Dietzsch:** Richtig. Ich war schon länger führend im Unternehmen, und auf meinen Wunsch wurde Wolfram Strauch hinzugeholt. Er ist unter anderem zuständig für die Produktion, Personal und Finanzen, ich für Produkte, Vertrieb und Marketing. Das funktioniert perfekt. Keiner will alleine die Nummer Eins sein.

**Ein Krisenfaktor ist für viele die Rohstoffsituation. Gibt es bei Ihnen substanzielle Lieferengpässe?**

**Dietzsch:** Trotz aller Herausforderungen kommen wir ganz gut klar. Übrigens waren auch Lieferungen an uns betroffen, als der Suezkanal

**VITA**

**Matthias Dietzsch** ist gebürtiger Colditzer. Der 47-Jährige arbeitet seit seiner Ausbildung zum Diplom-Kaufmann bei anona und übernahm 2013 die Funktion eines Geschäftsführers. Er verantwortet die Bereiche Vertrieb, Marketing, Supply Chain und Entwicklung.

**VITA**

**Wolfram Strauch** stammt aus Thüringen. Der 55-Jährige ist gelernter Mechaniker und Diplom-Ingenieur für Verfahrenstechnik. Seit 2018 ist er einer der anona Geschäftsführer und verantwortet die Bereiche Produktion, Personal, Investitionen und Controlling.



Luftansicht der anona Werke 2 und 3 in Colditz.

im März mehrere Tage durch einen Containerfrachter blockiert war.

**Strauch:** Auch das Verbandsnetzwerk des BVMW spielt in diesen schwierigen Situationen eine wichtige Rolle.

### Die Digitalisierung schlägt vor allem in den Produktionsmethoden durch. Spielt künstliche Intelligenz (KI) bei Ihnen eine Rolle?

**Strauch:** Die Weiterentwicklung der Digitalisierung gehört zu den zentralen Unternehmenszielen. Das schließt eine umfangreiche und differenzierte Planungssoftware mit ein. Auftragsbearbeitung und Produktionsrückmeldung können mithilfe von KI entsprechend optimiert werden. Wir setzen beispielsweise kollaborierende Roboter für das Stapeln von Kartons auf Paletten und den Transport dieser Paletten innerhalb der Produktion ein. Die Mitarbeiter sind nach anfänglicher Skepsis begeistert, dass ihnen diese Roboter die Arbeit erleichtern, sie aber nicht ersetzen.

### Welche Unterstützung fürs Marketing können Sie Ihren Kunden bieten?

**Dietzsch:** Sehr viel. Indem wir sie zum Beispiel bei Trends, Neuentwicklungen und den verschiedenen demographischen Zielgruppen beraten und bei der Produktplatzierung begleiten.

### Wie verteilen sich beim Vertrieb die Verkaufskanäle?

**Dietzsch:** Der Onlinehandel ist in den vergangenen Jahren immens gewachsen. Das gilt auch für unsere Kunden und deren Verkauf an die Endverbraucher.

### Vermutlich sind Sie auch selbst Endverbraucher Ihrer eigenen Produkte. Haben Sie dabei jeweils besondere Vorlieben?

**Strauch:** Durch Kindheitserinnerungen bin ich sofort bei unserem noch aus DDR-Zeiten bekannten und beliebten anona-Softeis.

**Dietzsch:** Da ich die Etage für die Produktentwicklung direkt über mir habe, können Sie sich vorstellen, dass ich dort nicht nur aus professionellen Gründen zum Probieren häufiger zu finden bin ... Und auf dem Schreibtisch vor mir steht ein gesundes, zuckerfreies und zugleich leckeres Erfrischungsgetränk aus unserem Hause. Mittags gibt es in der Regel einen guten Riegel.

### Selbst wenn Ihre Arbeit nach häufig großem Vergnügen klingt, haben Sie hoffentlich auch noch ab und zu Freizeit. Wie gestalten Sie sie?

**Strauch:** Vor Ort haben wir die „Sächsische Toskana“, eine wunderbare, sanfte Hügellandschaft. Kein Wunder, dass ich hier viel Zeit mit Familie und Freunden auf Wanderungen oder im Garten verbringe.

**Dietzsch:** Fitness passt zu meinen Freizeitvorlieben. Als noch mal

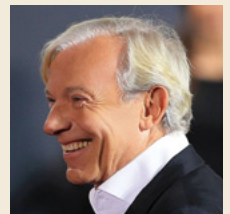
recht frisch gebackenem Papa gehört der Familie mit mehreren Kindern auch viel Zeit. Und eine Partie Tennis ab und zu ist ebenfalls nicht zu verachten.

### Sie haben mir Appetit auf Ihre Produkte gemacht. Und auf Ihre Gegend.

**Strauch:** Das können wir nur bestätigen. Das Muldental und seine Nebentäler gehören zu den wirklich noch zu wenig bekannten landschaftlichen Kleinodern Deutschlands.

**Dietzsch:** Schon allein deshalb leben und arbeiten wir nur zu gerne in der Region Colditz.

### Ich danke Ihnen für das so fröhliche und freundliche Gespräch.



Das Gespräch führte der Medienexperte Prof. Dr. Jo Groebel

**anona**  
DER NAHRUNGSMACHER

**anona GmbH**

**Rechtsform:** GmbH

**Gründung:** 1826

**Sitz:** Colditz (Sachsen)

**Geschäftsführer:** Matthias Dietzsch, Wolfram Strauch

**Mitarbeiter:** 520

**Branche:** Lebensmittelindustrie

**Produkte:** funktionelle Lebensmittel (Nahrungsergänzungen, Sportler-, Diät- und Wellnessnahrung), Eisgrundstoffe

**Webseite:** anona.de