



Foto: Christoph Krelle

Geschäftsführer Frank Gemmig (links) und Marketingleiter Lennart Schumann in der Produktion

Süß und very British

Cavendish & Harvey Confectionery ◀ Für Erwachsene, nicht für Kinder – süß und fruchtig dank Puderzucker und Fruchtsaft. Luxuriös verpackt in einer goldenen Dose, versiegelt mit glänzender Folie: Die Drops der Cavendish & Harvey Confectionery GmbH aus Kaltenkirchen stehen in englischer Tradition und für gehobenen Anspruch.

Lässt jemand hierzulande den Namen Cavendish & Harvey fallen, blickt er oft in erstaunte Gesichter. Die Bonbons werden zu 80 Prozent exportiert – in mehr als 90 Länder der Welt, vor allem nach Asien, in den arabischen Raum, die USA und Chile. In Deutschland dürften nicht zuletzt Touristen der Geschmacksvielfalt von Cavendish & Harvey verfallen sein; mit Kaufland, Edeka und Rewe steht das Unternehmen in Verhandlungen.

In diesem Jahr hat das Unternehmen einen Relaunch seiner Marke vollzogen.

„Unsere Kunden wissen, dass sie etwas Süßes essen, sie wollen es und sie wissen, die Bonbons enthalten Zucker, das ist bewusster Genuss“, sagt Frank Gemmig. Seit 2016 ist er Geschäftsführer der Firma, zuvor managte er die Bahlsen-Marke Bisquiva.

Über 2,2 Billionen Bonbons in mehr als 25 Millionen Dosen produziert Cavendish & Harvey pro Jahr. Darunter: sechs Mischsorten wie Mixed Fruits, Tropical und Wild Berry und mehrere Einzelsorten wie Fruity Orange, Sour Lemon und Sour Cherry sowie drei gefüllte Sorten. Peach & Rapsberry ist für die diesjährige Sommersaison limitiert erschienen. Das Portfolio umfasst gut zwei Dutzend Geschmacksrichtungen. Zu den Spezialitäten zählen Butterscotch, Coffee oder Cola sowie zuckerfreie Varianten. Darüber hinaus runden einzeln verpackte Drops, 966- und 300-Gramm-Gläser, Weichkaramelle, Winegums und Mintpastillen das tiefe Sortiment ab.

Zweistelliges Wachstum ◀ Der Süßwarenhersteller mit britischem Flair folgt einer langen Tradition. Zunächst gründete Paul Schmedding im Jahr 1932 ein Handelsunternehmen

für Süßwaren in Hamburg. 1977 etablierte sein Neffe Heinz Hövelmann die Marke Cavendish & Harvey in London. Doch damals wurde die Ware noch zugekauft, erst 1984 eröffnete die Fabrik in Kaltenkirchen. Nach erfolgreicher Entwicklung einer eigenen Verpackungslinie wurden die Bonbons schließlich ab 1995 komplett selbstproduziert. Seit 2002 gehört das Familienunternehmen mit knapp 160 Mitarbeitern zur Boettger-Gruppe in Berlin, die vor allem für ihre Erfolge im Zuckerhandel bekannt ist.

In diesem Jahr hat das Unternehmen einen Relaunch seiner Marke vollzogen – und hat das Design der Produkte sowie deren Rezepturen überarbeitet.

„Unser typischer Kunde ist circa 45 Jahre alt oder älter“, sagt Gemmig. „Doch wir wollen auch jüngere Erwachsene ansprechen.“ Dazu hat Cavendish & Harvey nicht nur die sozialen Medien für sich entdeckt, es hat auch verstanden, die eigene Unternehmenskultur weiterzuentwickeln und das traditionsbewusste Klima durch mehr Start-up-Mentalität zu bewegen. „Wir wachsen zweistellig und planen, auch weiterhin zweistellig zu wachsen“, so Gemmig. Der Jahresumsatz lag 2017 bei rund 32 Millionen Euro. Neben dem Exportgeschäft will das Unternehmen auch den deutschen Markt verstärkt bedienen. ◀◀

Autor: Christoph Krelle, freier Journalist
redaktion@ihk-sh.de

Mehr unter
www.cavendish-harvey.de