Frischdienst Daum

„Alles erste Sahne“

Vor 100 Jahren trat das Unternehmen Frischdienst Daum aus Schiffweiler seinen Dienst an. Das Geschäft des Lebensmittel-Großhändlers hat sich verändert. Der Anspruch ist geblieben.



Jörg Poeschel (Mitte) führt das Unternehmen Frischdienst Daum in dritter Generation. Neben ihm die beiden Prokuristen Thorsten Strauß (rechts) und Frederik Germann-Schichtel.

„Alles erste Sahne“. Der Slogan ziert sämtliche Werbemittel und die 14 Kühlfahrzeuge der Firma Frischdienst Daum aus Schiffweiler. Die Redewendung, die für etwas von hoher Qualität steht, passt zu den Molkerei-Produkten, mit denen der Lebensmittel-Großhändler seine Kunden beliefert. Darum kümmert sich die Heinrich Daum Nachfolger OHG – so der offizielle Firmenname – seit genau 100 Jahren. Der geschäftsführende Gesellschafter Jörg Poeschel führt das Unternehmen in dritter Generation. Gegründet wurde es von Heinrich Daum, einem gebürtigen Merziger, dessen Weg 1926 in Landsweiler-Reden als Fahrer in einem Lebensmittel-Einzelhandelsgeschäft begann. Nach kurzer Zeit übernahm er den Betrieb und gründete einen Großhandel dazu. Später ging der Betrieb über an die zweite Generation, Horst und Manfred Daum, auf die schließlich Jörg Poeschel folgte. Seit 2013 sitzt der Frischdienst Daum am heutigen Standort im Gewerbepark Klinkenthal in Schiffweiler auf einer Fläche von 1.500 Quadratmetern. Die 34 Mitarbeiter erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 15 Millionen Euro.

Poeschel sieht sein Unternehmen im Jubiläumsjahr gut positioniert. „Wir sind familiär, reagieren schnell, wir beraten und sind praktisch immer erreichbar. Unsere hohe Servicementalität ist eine ‚unique selling position‘, also ein Asset am Markt“, sagt der Firmenchef. Wenn‘s brennt, setzt er sich am Wochenende auch mal selbst ans Steuer und fährt zum Kunden raus. „Beim konzerngebundenen Mitbewerber gibt es das nicht“, meint er.

Bis zu 1.000 Produkte

Das Geschäft des Unternehmens hat sich in einem Jahrhundert gewandelt. Früher lag der Schwerpunkt in der Belieferung von Tante-Emma-Läden mit Butter, Eiern oder Käse. Inzwischen hat Daum sein Sortiment als Frisch-Dienstleister längst angepasst und ausgebaut. Es umfasst Molkereiprodukte, Eier und Eiprodukte, Tiefkühlware, Wurstwaren, ein Trockensortiment, Getränke sowie Fette und Öle.

Wir sind familiär, reagieren schnell, wir beraten und sind praktisch immer erreichbar.

Jörg Poeschel

Bis zu 1.000 Einzelprodukte sind ständig vorrätig: Von Frischmilch und Soja-Drinks über 15 Kilo-Blöcke Gouda, Edamer oder Emmentaler, Speisequark in 10-Kilo-Eimern bis zum Tiefkühl-Zupfkuchen. Tiefkühlware mache heute rund 30 Prozent des Sortiments aus, sagt Poeschel.

Unter den rund 700 Kunden sind Großküchen etwa in Kliniken, zudem Bäckereien, Hotels und Gastronomiebetriebe von Eiscafés bis zu Sterne-Restaurants. Längst sitzen sie nicht mehr allein im Saarland: Der Einzugsbereich reiche im Norden bis in die Eifel und im Osten in die Pfalz, sagt Verkaufsleiter Thorsten Strauß. „Bei uns gibt es kein anonymes Call-Center“, erklärt er eine Firmenstrategie. „Der Kunde ist keine Nummer und wir sprechen persönlich mit ihm und er mit uns.“

Das Geschäft sei in den vergangenen Jahren nicht einfacher geworden, so Poeschel, der in der Geschäftsführung von seinen beiden Prokuristen Frederik Germann-Schichtel und Thorsten Strauß unterstützt wird. Corona mit seinen Restriktionen besonders in der Gastronomie sei auch für den Frischdienst Daum ein Einschnitt gewesen, der immer wieder Anpassungen im Sortiment erforderte. Auswirkungen auf den Umsatz habe auch die schwierige Lage vieler Gastronomiebetriebe, von denen so manche wegen Problemen von Personalmangel bis Nachfolge als Abnehmer wegbrechen. Hinzu kommt der tägliche Kostendruck, weil viele Produkte im Einkauf teurer wurden. Derweil sei „Bio“ ein Segment, das „auf gutem Niveau“ verharre, derzeit aber nicht überproportional wachse.

Sorgen bereiten dem Firmenchef die hohen Energiepreise. Allein im April habe das Unternehmen wegen der horrend gestiegenen Treibstoffpreise für Diesel rund 6.000 Euro mehr ausgeben müssen als in einem durchschnittlichen Monat vor dem Iran-Krieg.

Nachhaltigkeit im Blick

Um für die Zukunft gerüstet zu sein, spielt das Thema Nachhaltigkeit bei Frischdienst Daum eine wichtige Rolle. Dabei kann das Unternehmen seinen Bedarf an Frischprodukten – wie etwa Eier verschiedener Haltungsstufen – indes nicht allein aus der Region decken, sagt Verkaufsleiter Strauß. Auch das große Sortiment an Marken-Getränken für Gastronomie und Hotellerie erfordere minutiös gesteuerte Logistik und oft auch Beratung, wie der geprüfte Wassersommelier erklärt. Um sein Angebot zu präsentieren, setzt das Unternehmen übrigens nach wie vor auf einen übersichtlichen, gedruckten Jahreskatalog, der intensiv genutzt werde.

Text: Udo Rau
Foto: BeckerBredel

Anzeige

