

W+M-Umfrage zur Perspektive 2021: Neuer Aufschwung oder Dauerkrise? Teil 1 – Dirk N. Tillmann, UniCaps



Die Corona-Pandemie traf 2020 die ostdeutsche Wirtschaft vollkommen unvorbereitet. Doch die Folgen fielen höchst unterschiedlich aus: Während ganze Branchen herbe Umsatzeinbußen und Kurzarbeit verkraften mussten, haben andere Unternehmen in der Pandemie neue Geschäftsfelder für sich entdeckt. Wirtschaft + Markt hat ostdeutsche Unternehmer nach ihren Erfahrungen mit der Pandemie und ihren Erwartungen für das neue Jahr befragt.

Folge 1:

Dirk N. Tillmann, Geschäftsführer UniCaps GmbH, Frankfurt (Oder)

Branche: Lebensmittel

Die UniCaps GmbH mit Sitz in Frankfurt (Oder) ist ein Technologierunternehmen, das Kaffee- und Teeprodukte in nachhaltigen Verpackungen produziert. Mit eigenem Online-Shop und rund 13.000 Verkaufsstellen in Deutschland ist UniCaps einer der größten Anbieter nachhaltiger Kaffeeprodukte. Alle Kaffees und Tees sind bio-zertifiziert, die Kapseln verzichten auf Aluminium und herkömmliches Plastik.

W+M: Herr Tillmann, wie war ihr Unternehmen bzw. ihre Branche in 2020 von der außergewöhnlichen Pandemie-Situation betroffen?□

Dirk N. Tillmann: Die Pandemie hat unser Unternehmen vor einige

Herausforderungen gestellt: Wir sind als Nahrungsmittelproduzent gegenüber einer möglichen Ansteckung von Mitarbeitern besonders gefährdet. Dies konnte durch ein umsichtiges Hygienekonzept verhindert werden, so dass die UniCaps durchgängig produzieren und ausliefern konnte. Auf der Umsatzseite sehen wir einen starken Anstieg im eCommerce, ein gutes Geschäft im stationären Einzelhandel, jedoch einen verschobenen Umsatz im Bereich Hotels, Gastronomie sowie bei Bürokunden. Grundsätzlich sehen viele nachhaltig orientierte Kunden die Pandemie als Bestätigung für zunehmende Umweltzerstörung und Ausbeutung von Mensch und Natur. Kunden hinterfragen zunehmend ihre Kaufentscheidungen und möchten nicht mehr auf Kosten Dritter und der Umwelt konsumieren, all dies hilft unserem nachhaltig orientierten Unternehmen, möglichst viele Kunden mit ökologisch sinnvollen Produkten zu erreichen.

W+M: Welche Erwartungen und Projekte verbinden Sie mit dem neuen Jahr 2021?

Dirk N. Tillmann: Grundsätzlich schauen wir sehr optimistisch ins neue Jahr. Wir investieren in 2021 massiv in unsere Marken und unsere Technologie. Ein Schwerpunkt liegt auf dem eCommerce und der Internationalisierung. Neben Kapseln bieten wir kurzfristig auch „Ganze Bohne“ an und adressieren damit ein komplett neues, sehr großes Kaffeemarktsegment. Wir erwarten, dass sich durch die zunehmende flächendeckende Impfung die Pandemie beruhigen und spätestens Ende des Jahres gänzlich überwunden sein wird.

W+M: Was sollten Bund und Länder nun zur Ankurbelung der Wirtschaft unternehmen?□

Dirk N. Tillmann: Es wird bereits sehr viel getan. Deutschland ist Vorreiter in Europa, was die Wirtschaftshilfen für besonders betroffene Branchen betrifft. In Zeiten der Pandemie, in denen private Investoren eher restriktiv agieren, können uns weitere Fördermittel helfen, schneller zu expandieren und an unserem Standort und in ganz Deutschland mehr Arbeitsplätze zu schaffen. Bezüglich Fördermittel arbeiten wir bereits sehr erfolgreich mit unseren Mitgesellschaftern Brandenburg Kapital GmbH (BK) und Mittelständische Beteiligungsgesellschaft mbH (MBB) zusammen.