

# „Unser Porzellan muss dauerhaft liefern“

Im Jahr 1998 begann die Geschichte der Porzellanmarke Holst Porzellan. In Halle (Westfalen) setzt das Team seitdem alles daran, dem Gastgewerbe fachmännisch rund um den gedeckten Tisch zur Seite zu stehen. Geschäftsführer Knud Holst blickt im Interview zurück und gibt einen Einblick in die Welt des Porzellans. Die Fragen stellte *Yvonne Ludwig-Alfers*

*Herr Holst, Ihr Unternehmen feiert in diesem Jahr sein 25. Jubiläum. Können Sie uns bitte einen kurzen historischen Überblick geben?*

Die Geschichte reicht zurück bis in das Jahr 1928, als mein Großvater Alfred Knud Holst in Herrenburg sein Glas- und Porzellangeschäft eröffnet hat. Ob allerdings das die Wurzeln sind, die den heutigen Stamm von Holst Porzellan halten, sei mal dahingestellt. Ich möchte mich nicht in die Reihe derjenigen begeben, die sich mit den Federn fremder Größen und Epochen schmücken. Wir sind seit dem 1. Oktober 1998 eine junge Porzellanmarke, die stark auf die kaufmännischen, fachlichen und ethischen Wurzeln unserer Familie aufbaut. Ich hatte einen tollen Vater und wirklich gute Lehrer. Jede der Stufen der bisherigen Firmen hatte ihre Zeit und ihre Helden und ganz sicher war mein Vater Knud Holst von 1955 bis 1985 einer der ganz Großen der Porzellanbranche und hat viel bewegt. Ich denke, entscheidend und

prägend für den Namen Holst in Verbindung mit Porzellan und unseren geschäftlichen Aktivitäten ist der Umstand, dass jeder von uns erkannt hat, was für ihn in seiner Zeit das Beste war.

Holst Porzellan bietet insgesamt rund 4.000 Artikel in drei Qualitätsstufen an



ORZELLAN



Knud Holst ist Geschäftsführer von Holst Porzellan

**Welche Veränderungen haben Sie in der Welt des Porzellans für das Gastgewerbe während Ihres Berufslebens erlebt?**

Die wohl einschneidendste Veränderung bestand in dem langsamen Aussterben der Porzellanserien. Früher musste alles aus einem Guss sein: Speisenteller, Teetasse, Kaffeekanne, Zuckerdose, Gießer und sogar der Leuchter sollten aus ein und derselben Serie stammen. Am besten als grüner Streuer, Weinlaub oder mit zwei Pinselbändern. Die hiesigen Porzellaner haben nicht mitbekommen, dass der Anteil ausländischer Gastronomen von Jahr zu Jahr zugenommen hat: Der Jugoslawe, der Grieche, der Spanier, der Italiener und all die anderen Nationen kulinarischer Genüsse fragen andere Artikel in anderen Größen und Kompositionen ab. Genau im Ausbau dieser Lücken – darin bestand eines der Erfolgskonzepte unserer Marke. Die riesigen, eindrucksvollen, vollautomatischen Produktionsanlagen der deutschen Porzellanhersteller können dieser diversifizierten Nachfrage einer vielfältigen Formensprache nur sehr schwer folgen. Die Fertigungsstraßen basieren auf der Notwendigkeit, auf einem weißen Körper hundertfach unterschiedliche Dekore aufzubringen. Das ist in der heutigen Zeit so nicht mehr möglich.

Auch die Summe sogenannter Porzellanimitate nimmt seit Jahren dramatisch zu. Mit den reaktiven Glasuren zogen Qualitäten in das Gastgewerbe, die den anspruchsvollen Ansprüchen nicht gerecht werden. Wir sind diesem Trend nicht gefolgt und beharren auf der Qualität des echten Porzellans, das erst bei einer Brenntemperatur oberhalb von 1.320 Grad Celsius entsteht.

New Bone, Dynamite, Stonecast und Vitreous China, wie es massenhaft nach Deutschland importiert wird, kann dem Qualitätsprofil des echten Porzellans nicht standhalten. Wenngleich Vitreous auch brutal hart ist, die Glasuren sind weich und korrodieren viel zu schnell. Wir bleiben beim Bestreben, eine gute Porzellanqualität für den anspruchsvollen, robusten und vor allem langlebigen Einsatz im Gastgewerbe anzubieten. Wir lassen uns nicht leiten von schillernden Farben oder höheren Margen, denn unser Porzellan muss draußen am Gast dauerhaft liefern.

**Beobachten Sie aktuelle Trends beim Gastgewerbe-Porzellan und wie reagieren Sie darauf?**

Die Gretchenfrage heißt ja immer, wer den Trend macht. Ich kann mich daran erinnern, dass Alfred Biolek 1999 einen Pastateller von Rosenthal als „Alfredissimo“ in die Höhe gehalten hat und wir danach waggonweise echte italienische Pastabowls an den deutschen Großhandel geliefert haben. Der Gastronom, soweit man überhaupt diese riesige Branche unter einem Namen zusammenfassen darf, braucht das, was er bezahlen kann und das, was seinen Gästen gefällt. Dabei gibt es Gastgeber, die von ihren Gästen kein Geld bekommen wie Krankenhäuser, Gastgeber, die wenig Geld bekommen wie Kantinen und andere, die für ihre kulinarische Leistung sehr viel Geld verlangen. Etwa so kann man diese Branche klassifizieren.

Die Ansprüche eines Krankenhauses, einer Kantine, eines modernen Burgerlokals oder eines Sterne-Restaurants kann man nicht über einen Kamm scheren. ▶

In diesem Jahr feiert das Unternehmen 25. Jubiläum. Sitz ist in Halle (Westf.)



**FACTS**

- 1998 stellte sich Holst Porzellan neu auf. Die Geschäftsführung übernimmt Knud Holst
- Umfangreiche Porzellankollektion für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Pflege unter der Marke Holst Porzellan/Germany
- Vier verschiedene Porzellanarten in den drei Qualitätsstufen Budget, Basic und High Quality
- 4.000 Artikel und Ideen in Porzellan
- Schwesterfirma in Hongkong
- 19 Mitarbeiter
- [www.holst-porzellan.com](http://www.holst-porzellan.com)

## Verkaufsstart: Serviceroboter



Tel.: +49 611 44787-150 | [www.kbs-gastrotechnik.de](http://www.kbs-gastrotechnik.de)

## HOLST PORZELLAN

Wir haben uns bei Holst Porzellan mit unseren drei Qualitätsstufen Budget, Basic und High Quality ähnlich der Modellreihe eines Automobilherstellers erklärt und deken so den Bereich von zwei bis vier Sternen ab. Aber auch innerhalb dieser Qualitätsabgrenzungen kauft der überwiegende Teil unserer Kundschaft quer durch den Garten, denn ein Eierbecher auf dem Frühstücksbüfett darf eine andere Qualität und auch einen anderen Preis haben als der Platzteller beim abendlichen Dinner.

**Wie ist Ihr Sortiment aufgebaut?**

Mit einer Kollektionsbreite und -tiefe von inzwischen mehr als 4.000 Artikeln und Ideen ist unser Spektrum mindestens mit der Reichweite dreier sehr unterschiedlicher Porzellanfabriken zu sehen. Wir haben reaktive Geschirre aus echtem Hartporzellan, die es so gut wie nirgendwo auf dem Markt gibt, und jetzt, wo alles Richtung Farbe rennt, kommen wir mit drei neuen Relief-Serien aus weißem Porzellan. Nach so viel Farbe ist es für uns an der Zeit, auch den klassischen Porzellankunden einmal wieder etwas Neues zu zeigen. Farbe können die Fachleute jetzt schon kaum noch sehen. Nichts bietet einer guten Speise einen schöneren, edleren und effektvolleren Rahmen als ein weißer Teller.

Die Zeiten werden nicht rosiger und der Verbraucher schaut immer mehr aufs Geld. Deshalb ist eine der größten Herausforderungen, denen wir begegnen, der Preis. Billig geht leider nicht mehr mit Porzellan, denn es wird nun einmal bei 1.320 Grad im Feuer gebrannt und das ist sehr teuer. Günstig aber – das geht schon. Ich glaube, wir sind die einzigen Porzelliner, die im Jahr 2023 ihre Preise nicht erhöht haben. Das ist eine der Herausforderungen, denen wir folgen.

**Was bietet Holst Porzellan der Branche und in welchen Bereichen des Gastgewerbes ist Ihr Unternehmen unterwegs?**

Wie schon eben erwähnt, sind wir mit unseren drei Qualitätsstufen in den Bereichen zwei bis vier Sterne stark. Ob nun die Bodenmarke Holst Porzellan explizit oder die einer unserer renommierten OEM-Kunden, für die wir deren Bodenmarke produzieren – unser Geschirr finden Sie an ganz vielen Stellen.

Wir machen ordentliches Krankenhausporzellan, gute robuste Systeme für die Speisenausgabe und das Front-cooking, wir sind stark in Backformen und Gastronom-



**Knud Holst (Mitte) mit einem Teil seines Teams**

Porzellan, hunderten von Accessoires und inzwischen auch mit neun Serien im Volls Sortiment leistungsfähig. Ein Blick auf unsere Homepage genügt, um den Gastromomen dorthin zu führen, was ihm gefällt und was er sich leisten kann.

**Was unterscheidet – Ihrer Meinung nach – Holst Porzellan von anderen Anbietern?**

Die Frage ist einfach zu beantworten: Porzellan! Nur Porzellan! Kaolin, Feldspat und Quarz + 1.320 Grad = Mullit = Hartporzellan! Sehr simpel. Und das Ganze zu einem guten Preis. Vielleicht können Sie aktuell noch Leidenschaft und Kompetenz hinzunehmen, die wir in unserer Branche von Jahr zu Jahr immer mehr vermischen. Unglaublich, was heute für Leute am Ruder stehen, die gebrannte Kuhfladen nicht von Feldspatporzellan unterscheiden können. Googeln Sie einmal „Feldspatporzellan“ oder „Mullit im Porzellan“, dann wird Ihnen klar, was wir meinen.

**Genug zurückgeblickt: Wie geht es bei Holst Porzellan weiter?**

Seit vielen Jahren leben wir nach der Devise: Halten ist gewinnen. Ein Volumen von 1.000 Tonnen und mehr pro Jahr zu realisieren, ist eine ganze Menge Arbeit und erfüllt unser Tagesgeschäft komplett. Wir haben mit (nicht an!) Corona etwa die Hälfte des Handelsumsatzes im Gastronomiegroßhandel verloren. Trotzdem war das abgeschlossene Geschäftsjahr Ende April 2023 das Beste unserer Firmengeschichte. Mit Fug und Recht kann ich behaupten, dass wir auf einem sehr guten Weg sind und auch auf ein zukunftsorientiertes Wachstum blicken. Die nächste Generation reift in unserem Unternehmen heran. Da der überwiegende Rest unserer Marktbegleiter sich aus unserer Sicht gerade selbst zerlegt, brauchen wir uns in diese Richtung um Verdrängung nicht bemühen. Die neue Konkurrenz kommt, wie wir alle eindrucksvoll auf der letzten Ambiente in Frankfurt sehen konnten, von den Handelsmarken. Die Entwicklung geht rasant weiter. So werden die Karten in unserem Markt jeden Tag neu gemischt und wir sind sehr aufmerksam dabei.

**Blick ins Lager. Devise des Unternehmens ist es, eine gute Porzellanqualität für den anspruchsvollen und vor allem langlebigen Einsatz anzubieten**

