



© Green Rocket

Der Ball soll weit übers Spielfeld hinaus fliegen

Eat the Ball hat sich für die Expansion fit gemacht: Für 15 Mio. Euro wurde eine neue Brotwerkstatt in Asten errichtet.

Engagiert am Ball

Fouad B. Lilabadi, Head of Marketing Eat the Ball, Wolfgang Deutschmann von Green Rocket und Eat the Ball Managing Director Udo Unterberger.

••• Von Christian Novacek

Eat the Ball – das Brot, das aussieht wie ein Ball, kennt wohl jeder Fußballfan. Auf dem Markt ist es bereits seit 2012. Und es ist *mehr* als ein lässiger Gimmick, der bei Fußball EM oder WM frech aus dem

Brotkörperl fliegt: „Wir haben jetzt die Weichen für Wachstum gestellt“, sagt Udo Unterberger, Managing Director der Eat the Ball Vertrieb Österreich GmbH. Damit der Ball künftig zeitlos Volltreffer landen kann, wurde für 15 Mio. € eine Brotwerkstatt in Asten/OÖ hochgezogen. „Damit könnten wir jetzt schon 30

Millionen Stück jährlich produzieren“, rückt Fouad B. Lilabadi, Head of Marketing Eat the Ball, neue Dimensionen zurecht.

Mitten in Österreich

„Der Produktionsstandort in Asten/OÖ wurde bewusst gewählt, um mitten in Österreich unser Produkt aus 100 Prozent

natürlichen Zutaten mit unserer innovativen Technologie schonend herstellen zu können“, führt Lilabadi aus. Die Technologie kommt dabei aus der Kälte – und diese „Kälte“ (unter 100 Grad gegart, bei Brot einmalig) hält die Vitamine im Ball; genau genommen doppelt so viel wie bei herkömmlichem Brot.