

**Genüsslich** Die Österreicher sind Connaissseure: Kaffee und gesündere Naschwaren etwa sind für des Österreichers Wohlbefinden unerlässlich, gern in Premiumqualität. Dafür sinkt die Popularität des Industriezuckers.

## Food & Beverages

Rang		Umsatz 2017	Umsatz 2016	Mitarbeiter
1	Red Bull (Konzern)	6282	6030	11.000*
2	Agrana (Konzern)	2600	2477,6	8.638
3	Berglandmilch	910	810	1.500
4	Rauch	902	881	1.830
5	Vivatis Holding AG	882	875	2.695
6	Brau Union	710*	707	2.400
7	Mars Austria OG	398	398	500
8	NOM AG	351	318	720
9	Ennstal Milch eGen	350	310	1.410
10	Nestlé Austria Holding	337	332	850
11	Coca-Cola Austria*	336	335	1.000
12	Tchibo/Eduscho Österreich	328*	325	1.100
13	Unilever Austria OG*	292	290	280
14	Steirerfleisch	280*	275	730
15	Hermann Pfanner Getränke GmbH	262	256	390
16	Spitz S. GmbH Gruppe	256	244	700
17	VOG AG	244	243	475
18	Ottakringer Getränke AG	232*	229,9	150
19	Salzburg Milch	206	191	296
20	Rudolf Ölz Meisterbäcker	202,8	202,8	907
21	Josef Manner & Comp AG	200*	199,5	550
22	Wiesbauer	190	178	840
23	Radatz&Stastnik	188	182	890
24	Schlumberger Wein- und Sektkellerei GmbH	182*	180,2	219
25	Mondelez Österreich	180*	170	470

Umsatzzahlen in Mio. €. Firmennamen ohne Stern\* sind Unternehmenseigenangaben, Nennungen mit Stern\* sind Schätzungen von medianet, basierend auf Internetrecherche und Fachartikeln, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern und Vergleichen der Zu-/Abgänge von Kunden. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.



© Katja Zanella Kux

**Martin Darbo**  
GF A. Darbo AG

„Wir werden auch in Zukunft darauf vertrauen, dass Qualität und Geschmack vom Kunden honoriert und geschätzt werden – in Österreich und allen anderen fast 60 Märkten, auf denen Darbo aktiv ist. Konkrete Vorhaben sind bei uns seit einiger Zeit die permanente Festigung der Marktführerschaft in den Produktgruppen Marmelade und Honig in Österreich, die Etablierung hochwertiger Innovationen, die unter unser Markendach passen, sowie das Wachstum in ausgewählten europäischen und überseeischen Märkten.“



© Woerle

**Gerhard Woerle**  
GF Gebrüder Woerle

„Heumilch-Produkte liegen im Trend, wir haben als Heumilch-Pioniere hier die Nase vorn. Nicht nur unsere Kernmarken Monseer und Emmentaler verzeichnen eine sehr positive Entwicklung, kürzlich gelauncht wurde der würzig-kraftige ‚Großglockner‘. Neu angeboten werden die etablierten Produkte auch als Scheiben – Stichwort Convenience. Und: Dass Handelseigenmarken immer höhere Anteile in der gelben Palette erzielen, lässt sie zu einem wichtigen Bestandteil unserer Produktion werden.“



© Daniel Bsteh

**Daniel Bsteh**  
Managing Director Mondelez Österreich

„Im Tafelsegment sind wir mit 59,1% laut Nielsen weiterhin klar der Marktführer. Besonders hervorzuheben sind unsere Neuprodukte im Großtafelformat: Milka Peanut Caramel und Milka Mandel Karamell. Erfreulich hat sich auch der Bereich Keks&Küchlein entwickelt: Milka Choco Brownie erzielte ein Plus von 50%. 2018 stehen Innovation und Nachhaltigkeit im Mittelpunkt. Und die Marke Suchard feiert heuer ihr 125-jähriges Bestehen! Alles wird neu, u.a. Logo und Design.“



© Tchibo Eduscho

**Harald J. Mayer**  
GF Tchibo/Eduscho Österreich

„Als Marktführer am heimischen Röstkaffeemarkt in allen drei Segmenten – Einzelportionen, Espresso sowie Filterkaffee – haben wir 2017 positiv erlebt und zahlreiche Investitionen getätigt. Es wurden u.a. Vertriebswege optimiert und insbesondere unsere Premium-Kaffeemarke Qbo forciert. Nachhaltigkeit ist wesentliches Ziel. So besteht das gesamte Cafissimo&Qbo-Sortiment aus zertifiziert nachhaltiger Qualität, die Kapseln können in den Filialen zurückgegeben werden und gelangen in den Recyclingprozess.“