

Süß & salzig Der Trend zu weniger Zucker und veganen Snacks hält an – die Branche reagiert dementsprechend und setzt auf Innovationen am laufenden Band.

Süßwaren & Snacks

Rang	Unternehmen	Umsatz 2017	Umsatz 2016	Mitarbeiter
1	Mars Austria OG	398	398	500
2	Nestlé Austria Holding	337	332	850
3	Mondelez Österreich	180*	170	470
4	Josef Manner & Comp AG	200*	199,5	550
5	United Snacks/Kelly	171	167	318
6	PEZ International AG/Ed. Haas	157*	155,2	174
7	A. Locker AG*	55	54	216
8	Storck KG*	33	31	30
9	Bahlsen	25*	24,7	21
10	Ludwig Schokolade	18,4	17,2	18

Zahlen in Mio. €. Firmennamen ohne Stern* sind Unternehmenseigenangaben, Nennungen mit Stern* sind Schätzungen von medianet, basierend auf dem aktuellsten Firmenbuchbeitrag, der Firmenhistorie, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern und Vergleichen der Zu-/Abgänge von Kunden. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.



© Kelly/Bill Lorenz

Maria Bauernfeind

Marketing Director Kelly

„Wir konnten unseren Umsatz in Österreich im vergangenen Jahr auf 171 Millionen Euro steigern. Die Entwicklung neuer Produkte und Sorten wurde 2017 kontinuierlich vorangetrieben. So wurden beispielsweise das Kelly's Knusprige Gemüse in drei Sorten, hauchdünn gebackene Waffelchips, glutenfrei und vegan, und die Kelly's #Chips, die Chips für die Generation Y, eingeführt. Weiters wurden unter anderem Kelly's Minions, 100 Prozent natürliche, österreichische Maisstangerl mit den beliebten Minion Charakteren aus dem Film, und die Soletti Cracker Range, bestehend aus Classic-Crackern, den innovativen Chips Crackern, dem mini Kornspitz Aktiv Cracker und mediterranen Premium Crackern, auf den Markt gebracht. Wir haben ein offenes Ohr für die Bedürfnisse der Konsumenten und orientieren uns an ihren Wünschen – das Resultat sind Innovationen, die gern angenommen werden.“



© Bahlsen/Philipp Huter

Eva Aichmaier

Managing Director Bahlsen Austria

„Bahlsen ist mit einem Marktanteil von 14 Prozent weiterhin einer der beiden wichtigsten Markenhersteller im Keks- und Waffelmarkt. Bei den Saisongebäcken ist Bahlsen auch 2017 mit 16,4 Prozent Marktführer unter den Markenherstellern. Zu den Top-Produkten zählen Bahlsen Messino und Leibniz Keks'n Cream. Dieser zählt zu den erfolgreichsten Innovationen: 80 Prozent des Segmentwachstums kommen bereits jetzt davon. Mobilität und bewusste Ernährung sind die wesentlichen Trends. Der Außer-Haus-Konsum erfordert unkomplizierte Produkte, hier greift der ‚One-Bite‘-Trend. Die Pick! Up Range begegnet dem z.B. mit den neuen Pick! Up Minis.“



© Mars/Sebastian Philipp

Andreas Dialer

General Manager Mars Austria

„2017 war für den österreichischen Inlandsvertrieb ein gutes Wachstumsjahr. Unsere beiden österreichischen Produktionsstandorte in Breitenbrunn und Bruck/Leitha zeigten im letzten Jahr eine positive Geschäftsentwicklung, die wichtige Position im Mars-Netzwerk wurde weiter gestärkt und durch einen nachhaltigeren Ressourceneinsatz ermöglicht. In Breitenbrunn, wo Waffelprodukte für den weltweiten Export hergestellt werden, wurde eine neue Produktionslinie eröffnet. Milky Way Crispy Rolls in Miniaturformat sind nun in allen europäischen Celebrations-Mischungen vertreten. In den Produktionsstandort Bruck/Leitha haben wir in den vergangenen fünf Jahren mehr als 50 Mio. Euro investiert. 2018 werden u.a. mehr Einzelpartionspackungen unter 200 kcal angeboten wie Snickers, Mars und Twix Sticks gemäß dem Trend zur bewussteren Ernährung.“