

Süß & salzig

Die Branche setzt auf Altbewährtes gleichermaßen wie auf Produktinnovationen. Die Umsatzentwicklungen zeichnen ein positives Bild.

Süßwaren & Snacks

Rang	Unternehmen	Umsatz 2018	Umsatz 2017	Mitarbeiter
1	Bahlsen	542	559	2.880
2	Mars Austria OG	400*	398	500
3	Nestlé Austria Holding	360	337	750
4	Josef Manner & Comp AG	204*	203,5	710
5	United Snacks/Kelly	173*	171	320
6	Mondelez Österreich	172*	170,5	460
7	PEZ International AG/Ed. Haas*	158	157	174
8	A. Locker AG*	56	55	218
9	Storck KG*	33	33	30
10	Ludwig Schokolade	19*	18,4	18

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



© Mondelez

Daniel Bsteh

Managing Director Mondelez Austria

„Wir konnten 2018 eine stabile Entwicklung im Kerngeschäft verzeichnen. Überaus zufrieden waren wir mit dem Kekssortiment, wo vor allem TUC zeigen konnte, welches Potenzial noch im Markt steckt. Auch unsere Innovationen, wie Milka Oreo Sandwich und Milka Erdnuss Crisp, haben sich gut entwickelt. Mondelez hat die Mission, den richtigen Snack für den richtigen Moment, auf die richtige Art und Weise gemacht, anzubieten. Deshalb gibt es heuer noch mehr Neuheiten: TUC Baked Bites Cheese & Onion und TUC Baked Bites Salted für den TV-Abend sowie die Milka Moo Küchlein für die Jause oder zum Kaffee.“



© Studio Huger

Eva Aichmaier

Geschäftsführerin Bahlsen Austria

„Mit unseren starken Marken, ausgezeichneten Produkten und der gezielten Marktbearbeitung haben wir es auch in 2018 wieder geschafft, uns in einem fordernden Wettbewerbsumfeld zu behaupten. Entgegen der leicht rückläufigen Entwicklung des Keks- & Waffelmarkts konnten wir als Hersteller unsere Marktanteile halten. Wir kennen unsere Konsumenten – wer in Österreich an Kekse denkt, hat Bahlsen Messino und Leibniz Produkte im Kopf. Auch in 2019 werden wir verstärkt unsere Heroes unterstützen – mit neuen Launches und massiver Kommunikation.“



© Manner/Noi

Alfred Schrott

Vorstand Marketing & Vertrieb
Josef Manner & Comp AG

„Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung des vergangenen Jahres. Der neue Manner Trink-Cacao konnte den Konsumenten überzeugen; das freut uns, sind wir doch mit dem Neuprodukt in eine für Manner neue Kategorie gegangen. Weitere Neuprodukte waren die Manner Snack Minis und Manner Knuspinos – auch hier erhalten wir zahlreiches positives Feedback von Manner-Genießern. Bei Casali haben wir einen neuen Werbespot, der aktuell zu sehen ist. Auch die Modernisierung des Werks in Hernalts ist 2018 einen großen Schritt vorwärtsgegangen und erste Erfolge konnten erzielt werden. 2019 haben wir mit einer Werbeoffensive gestartet, bei der wir z.B. auf die Vorzüge der Manner Vollkornschnitten oder auf unsere aktuelle Aktion hinweisen: Mannerschnitten mit lustigen Botschaften wie ‚Haun wir uns auf ein Packer!‘.“