

Jacobs Douwe Egberts (JDE). Die 51%-Mehrheit an JDE hält die Getränke- und Kaffee-Firma Master Blenders, diese wiederum ist Bestandteil des Acorn-Konzerns, einer Sparte der JAB Holding. 90% der JAB-Holding aber befinden sich im Eigentum der deutschen Unternehmerdynastie Reimann.

Als Eigentümer der Reinigungsmittel-Firma Benckiser, die mit ihrer Fabrik in Hallein für Marken wie Calgon, Calgonit und Quanto ihre erste Auslandsniederlassung betrieb, zählen die Reimanns neben den Henkels, den Schneiders (Erdal), den Riegels (Haribo), den Bahlsens und vielen anderen zu jenen deutschen Unternehmerfamilien, die wesentlichen Anteil am Aufbau des Markenartikelgeschäfts in Österreich hatten. Freilich: Von Benckiser über Reckitt-Benckiser zu Jacobs Douwe Egberts und JAB war es ein langer Weg gesäumt von Mergers & Akquisitionen. Ebenso wie im Schokoladenbereich die Entwicklung von Philip Morris über Kraft Foods zu Mondelez.

Jacobs & Mondelez-Erlöse

Jacobs Douwe Egberts hat seinen Konzernsitz in den Niederlanden und belegt im weltweiten Röstkaffeemarkt mit einem Anteil von rund acht Prozent Rang zwei hinter Nestlé/Nespresso. Die Geschäfte von JDE Österreich leitet Felix Regeler.

Mondelez Österreich wird seit April 2018 von Daniel Bsteh gemanagt. Und mit Vince Gruber übernahm im Jänner dieses Jahres ein Österreicher die Leitung des Europa-Geschäftes von Mondelez International. Er verantwortet ein Umsatzvolumen von rund 10 Mrd. USD, das sind knapp 39% des globalen Geschäfts in Höhe von 25,9 Mrd. USD. Laut medianet erreichte Mondelez im Jahr 2018 hierzulande einen Umsatz von 172 Mio. €. Im Jahr 2010 hingegen schaffte Vorgängerfirma Kraft Foods Erlöse von 231 Mio. €.

Es geht auch anders

Doch nicht alle Marken-Multis haben hierzulande in den letzten Jahren an Marktbedeutung eingebüßt. Procter & Gamble, tradi-

712
Mio. €

Marktmacht

Die Heineken-Tochter Brau Union fährt hierzulande mit den Marken Zipfer, Gösser & Co die volle Marketingpower – und konnte damit den Erlös von 592 Mio. € in 2010 auf 712 Mio. € 2018 steigern.

tionell ohne Produktionsstätten in Österreich, legte von 2006 auf 2016 durch Akquisitionen und hohe Werbeinvestitionen um 37% zu. Weltmarken wie Gillette und Duracell wurden 2005 erworben. Eine europäische Marke wie Wella wurde gekauft und bald darauf an die JAB-Tochter Coty mit Gewinn weiterverkauft. Dass in TV-Spots, die der ORF ausstrahlt, deutsche Fußball-Stars für Körperpflege-Marken von P&G werben, ist, aus österreichischer Sicht, na ja, suboptimal.

Procters Erzrivale Henkel hingegen leistet sich sogar rot-weiß-rot „angehauchte“ Marken wie Fewa, Silan oder Dixan. Die Umsätze von Henkel CEE stiegen von 2006 bis 2016 um 44%. Der Düsseldorfer Chemieriese hat mit seinem CEE-Headquarter und der Waschmittelfabrik, beides in Wien-Erdberg daheim, eine besonders enge und intensive Beziehung zu unserem Land und zu unserer Markenlandschaft.

Petitesse

Nestlé: Das Geschäft stagniert, die Wertschöpfung sinkt. Der weltweit größte Lebensmittelkonzern macht nur 0,45% seines Umsatzes in Österreich.

0,45
Prozent

Global kann auch lokal

Last but not least liefern internationale Getränkekonzerne den Beweis dafür, dass erfolgreiches Global und erfolgreiches Local Brand Business einander nicht auszuschließen brauchen. Da wäre etwa die Heineken-Tochter Brau Union, die mit Gösser, Zipfer, Puntigamer, etc. eine breite Palette an heimischen Bierklassikern im Lande produziert und mit voller Marketingpower unterstützt – mit dem Ergebnis, dass der Umsatz von 592 Mio. € im Jahr 2010 auf 712 Mio. € im Jahr 2018 gestiegen ist. Heinekens Cidre-Marke heißt bei uns Stibitzer und wird zu 100% aus österreichischen Äpfeln erzeugt.

Positiv bilanziert im acht-Jahre-Vergleich auch Coca-Cola Beverages mit einem Umsatzanstieg von 310 Mio. € auf 337 Mio. €. Und auch Atlanta lässt sich nicht lumpen: Das 90 Jahre-Jubiläum in Österreich wird medial gebührend gefeiert. Und unser David Alaba hat sogar mit Coke einen Werbevertrag.



Die Positiv-Beispiele von Konzernen in Österreich

Procter & Gamble

Ausgerechnet Procter & Gamble, ein Konzern, der traditionell ohne Produktionsstätten in Österreich auskommt, legte von 2006 auf 2016 durch Akquisitionen und hohe Werbeinvestitionen hierzulande um satte 37% zu. Weltmarken wie Gillette und Duracell wurden 2005 erworben, die Marke Wella wurde gekauft und mit Gewinn bald darauf an die JAB-Tochter Coty weiterverkauft.

Henkel

Procters Erzrivale Henkel hingegen leistet sich sogar rot-weiß-rot „angehauchte“ Marken wie Fewa, Silan oder Dixan. Die Umsätze von Henkel CEE stiegen von 2006 bis 2016 um 44%. Das CEE-Headquarter und die Waschmittelfabrik des Konsumgüterriesen sind beide traditionell in Wien-Erdberg daheim.