



© Julius Meinl/Katharina Schiffl

Expansiver Kurs mit entschleunigtem Image

Julius Meinl Coffee Group schafft ein vierprozentiges Umsatzwachstum auf 178,4 Mio. Euro. Auch hierzulande gab es ein Erlösplus von 2,1 Prozent.

... Von Christian Novacek

Das Ziel ist klar umrissen: „Wir möchten, dass Julius Meinl Kaffee weltweit die Nummer eins in der Gastronomie wird“, sagt Marcel Löffler, CEO Julius Meinl Coffee Group. Ein probates Mittel dafür

sind Akquisitionen, zuletzt (Anfang Jänner) erfolgte der Kauf von „Aroma & Gusto“, einem renommierten Röster in Großbritannien, in den Midlands. Weiters erfolgte im Vorjahr der Einstieg in das polnische Unternehmen „Coffee Zone“ als Mehrheitseigentümer. Das 2003 gegründete Warschauer Unter-

nehmen verfügt mit der „Warsaw School of Coffee“ über umfassende Kaffee-Expertise. Gesamt gesehen, resultiert rund die Hälfte des Meinl-Wachstums der letzten Jahre aus Akquisitionen.

Kaffee mit Wertekultur

„Expertise und die Leidenschaft für Kaffee und damit Premium-

qualität sind für uns eine der Grundvoraussetzungen bei Akquisitionen“, sagt Löffler. Und weiter: „Wir sind ein global tätiges Familienunternehmen und leben seit mehr als 155 Jahren diese Wertekultur.“ Prinzipiell begreift man sich als Botschafter der Wiener Kaffeehauskultur. Und die ist mittlerweile breit