

Neues Brot für Österreich

Das heimische Bäckerhandwerk hat viele Veränderungen durchlebt und innovative Player wie Eat the Ball hervorgebracht.

••• Von Daniela Prugger

SALZBURG. Die Österreicher lieben die Klassiker Semmel und Kornspitz. Doch im Gegensatz zu früher, als Brot ein einfaches Grundnahrungsmittel war, haben sich die Erwartungen an Brot und Gebäck verändert. In der Branche haben sich längst neue, innovative Unternehmen etabliert, darunter „Eat the Ball“. Das heimische Unternehmen verzichtet bei der Herstellung der Produkte auf künstliche Zusätze. Nicht weil es dem aktuellen Trend entspricht, sondern weil natürliche Zutaten für Qualität und guten Geschmack stehen, erklärt Geschäftsführer Michael Hobel.

Vom Hobby zum „täglich Brot“
Hobel stammt selbst aus einer Bäckerfamilie. „Das Thema Brot verfolgt mich also schon mein Leben lang. Ich selbst war viele Jahre in der Lebensmittelbranche tätig, gleichzeitig bin ich ein sehr markenaffiner Mensch und habe mich immer gefragt, weshalb es im Brotsektor keine Marken gibt.“ Er habe sich irgendwann hingesetzt und begonnen, ein Konzept zu schreiben, wie so eine Marke aussehen könnte und wo die Herausforderungen zur Etablierung liegen. Im Jahr 2012 wurde aus dem Hobby ein Unternehmen. Heute hat Eat the Ball eine Produktion in Asten, eine Zentrale in Salzburg und Kunden in der ganzen Welt.

In der Backbranche hat sich in den vergangenen Jahren viel verändert, sowohl hinsichtlich der Produkte als auch des Handwerks an sich. Ein Trend, der sich bereits seit längerer Zeit durchsetzt, erklärt Hobel, ist der Anspruch, den Konsumenten an die Qualität von Brot setzen. „Für unsere Produkte verwenden wir deswegen unter anderem Gentechnik-frei zerti-



© Eat the Ball (3)

fiziertes Mehl aus Grieskirchen, örtliches Quellwasser sowie reine Butter aus Österreich. Im Vergleich zum traditionellen Bäcker produzieren wir außerdem keine Röststoffe.“

Industrielle Herstellung

Durch die gewählte Form des Produktes und des Markennamens spricht Eat the Ball eine sportaffine Zielgruppe an. „Wir sehen uns als Brot einer neuen Generation. Das Brot von heute, für trend- und ernährungsbewusste Menschen. Das macht sich auch bei uns im Marketing beziehungsweise in der Kommunikation bemerkbar“, sagt Hobel. Das Unternehmen richtet sich bewusst an ein junges, junggebliebenes, zeitgeistiges Publikum.

So, wie alle anderen Unternehmen in Österreich ist auch Eat the Ball von der Coronakrise betroffen – die Nachfrage der Konsumenten im Onlineshop ist stark gestiegen. „Wir haben deswegen die Kapazitäten aus-

gebaut, um den Österreichern in dieser harten Zeit zur Seite zu stehen. Dank unserer Lieferkette können wir einen 24-Stunden-Service in ganz Österreich anbieten und so die Versorgung mit Brot garantieren“, versichert Hobel. In dieser Zeit zeigt sich einmal mehr, dass die industrielle Herstellung von Brot und Gebäck eine Voraussetzung dafür ist, diese Lebensmittel *allen* Menschen zugänglich zu machen. „Wenn man sich beispielsweise Großstädte wie Wien, Linz oder Graz ansieht, wird klar, dass ein Bäcker, der Brot von Hand fertigt, nicht allein den Bedarf Hunderttausender Haushalte decken kann.“

Brotabfall reduzieren

Eine weitere Herausforderung, vor der die Branche steht, ist die Lebensmittelverschwendung in Form von Brotabfällen. Eat the Ball setzt deshalb auf die eine spezielle Innovationstechnologie, dank der das Brot vor dem Verzehr nicht aufgebacken werden muss. „Dadurch können Supermärkte nach Bedarf auftauen und müssen am Ende des Tages nicht Unmengen an unverkauftem Brot wegwerfen. Unser Brot ist auch nach dem Auftauen 24 Stunden noch unverändert frisch, im Frischebeutel sogar bis zu drei Tage“, so Hobel.

Michael Hobel

Der Geschäftsführer von Eat the Ball stammt selbst aus einer traditionellen Bäckerfamilie und hat sich mit einem Innovationsunternehmen selbstständig gemacht.



Eat the Korn

Mit dem neuesten Produkt aus dem Hause Eat the Ball, dem Eat the Korn, zeigt das Unternehmen den natürlichen Kreislauf der Broterzeugung.



Eat the Ball ist Brot für eine junge, sportaffine Generation.