

Der Innovationsgeist gedeiht auch in der Krise

Die Süßwarenbranche stellt zunehmend auf Fairtrade-Kakao um und setzt bei der Krisenbekämpfung auf Zusammenhalt entlang der Wertschöpfungskette.

WIEN. Im Umgang mit den aktuellen, „noch nie dagewesenen Herausforderungen“ sind für Spitz-Geschäftsführer Walter Scherb „strategische Partnerschaften entlang der gesamten Wertschöpfungskette“ essenziell. „Eine bedeutende Plattform für die Kommunikation, den Austausch und eine wesentliche, positive Veränderung zum letzten Jahr sind die wieder stattfindenden Fachmessen. Neben wertvollen Kontakten geben sie auch einen guten Überblick der aktuellen Produktrends“, so Scherb.

„

Eine bedeutende Plattform für den Austausch und eine wesentliche, positive Veränderung zum letzten Jahr sind die wieder stattfindenden Fachmessen.

Walter Scherb
Geschäftsführer
Spitz

“

Auf Konsumebene macht er „Heißhunger auf Vielfalt“ aus: Der „anhaltende Top-Trend“ sei nach wie vor die Nachhaltigkeit, welche etwa in einer verstärkten Nachfrage nach fair produzierten Produkten zum Vorschein kommt. „Daneben sind sogenannte Wellbeing-Süßigkeiten gefragt; darunter fallen zum einen Plant-Based-Produkte, die



© Spitz



© Manner/Noi



© Mondelez

Optimismus Spitz-Geschäftsführer Walter Scherb, Manner-CEO Andreas Kutil und Mondelez Österreich-Chefin Elisabeth Hülsmann (v.l.) eint die Zuversicht, dass 2022 trotz diverser Herausforderungen auch für süße Momente sorgen wird.

seit Jahren im Trend und nicht mehr wegzudenken sind, und zum anderen Süßwaren, die sich dem neuen Lifestyle und den damit verbundenen veränderten Essens-Anlässen – zu Hause, On-the-go, Snacks für Büro und Homeoffice – angepasst haben. Außerdem sind sie hungrig nach neuen, innovativen Produktkombinationen.“ Im Hause Spitz will man dieses Innovationsverlangen u.a. mit einer mit Koffein angereicherten „Wake up“-Waffelkombination bedienen.

Waffelmarkt stabil

Auch für Manner-CEO Andreas Kutil ist die Fairness beim Naschen prioritär: „2021 war für uns in puncto Nachhaltigkeit ein wichtiges Jahr, da wir alle unsere Waffel- und Schnittenprodukte auf Fairtrade-zertifizierten Kakao umgestellt haben.“ Der Waffelmarkt sei im Vorjahr

„generell stabil geblieben“, und auch für 2022 bleibe man – trotz einer „nochmals dramatischen Verschärfung der Rohstoff-, Verpackungs-, Energie- und Transportpreise“ – zuversichtlich, mit verschiedenen Produktinnovationen (wie der für einen Launch im Mai anvisierten Sommer Glück-Range) zu wachsen.

Elisabeth Hülsmann, Geschäftsführerin Mondelez Österreich, nennt neben den ange-

sprochenen Kostensteigerungen Lieferengpässe als zentrale Herausforderung, denen man „gemeinsam mit unserer globalen Einkaufsabteilung“ entgegenzuwirken versuche. „Wir sind als Unternehmen recht effizient aufgestellt und können einen Teil dieser Kosten absorbieren, indem wir unsere Produktivität steigern. Aber ein bestimmter Teil muss leider auch weitergegeben werden.“ (red)

Snacks & Süßwaren: Die Top 5 der Industrie

Rang	Unternehmen	Umsatz 2021	Umsatz 2020
1	Mars	400	344,8
2	Spitz	250	208
3	Manner	230*	217,2
4	Kelly	225*	215,2
5	Mondelez	150*	133,8

Zahlen in Mio. €; Umsatzzahlen ohne Stern* sind Unternehmensangaben, Nennungen mit Stern* sind Schätzungen von medianet, basierend auf dem aktuellen Firmenbucheintrag, der Firmenhistorie, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.