

Vorstandsvorsitzende aber: „Es ist kein Geheimnis, dass auch wir uns den globalen Herausforderungen nicht entziehen können.“ Waren letztes Jahr Früchte bereits erntebedingt historisch teuer, so habe sich die Situation heuer durch den Energiepreisschub nochmals zugespitzt: „Preissteigerungen im Einkauf erleben auch wir besonders stark in den letzten Monaten.“

Wie sehen die Verwerfungen am Markt nun im Detail aus? Schließlich war wohl vielen Menschen nicht bewusst, welche Rolle die Ukraine in Produktionsprozessen spielt. Man müsse aber eben genauer hinschauen, denn der Krieg hat viele Warenströme umgelenkt, Güter und vor allem Energie verknappt oder extrem verteu-

”

*Es gibt – und das merkt man ja bereits im Privaten – so gut wie nichts, das sich nicht verteuert hätte bzw. was noch zu gewohnten Lieferzeiten zu haben ist.*

**Martin Darbo**  
Vorstandsvorsitzender

“

ert, weiß Darbo: „Es gibt – und das merkt man ja bereits im Privaten – so gut wie nichts, das sich nicht verteuert hätte bzw. noch zu gewohnten Lieferzeiten zu haben ist.“ Lebensmittelproduzenten sind natürlich unmittelbar von der Verteuerung von Gas betroffen, welches nach wie vor die gängigste Energiequelle



Seit 1879 gibt es die Produkte von Darbo – man ist krisenerprobt.

für Kochprozesse ist. Gas steckt jedoch zumindest kalkulatorisch auch in so gut wie allen Vorprodukten, speziell Verpackungsmaterialien wie z.B. Gläser, Papier, Karton und Kunststoff.

Aktuell gelte es mehr denn je, vorausschauend zu planen und sich Rohwaren zu sichern. Die Steigerungen könne man nun leider endgültig nicht mehr selbst tragen, weshalb Darbo aktuell neu kalkulieren und neue Preise festsetzen müsse: „Aber trotz all der neuen Herausforderungen sind wir zuversichtlich, durch den Fleiß und Einsatz unserer fast 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter solide durchs Jahr zu kommen.“

#### Energiewende

Eine Herausforderung in der Zukunft ist natürlich auch der Themenkomplex Energie. Das Einsparen von Energie sei ein permanenter Prozess, weiß er. „Wärmerückgewinnung, der Wechsel zu energieeffizienteren Maschinen und ähnliche Maßnahmen werden Schritt für Schritt umgesetzt“, so Darbo.

Das Unternehmen setzt bereits seit einigen Jahren auf den Einsatz von Photovoltaik, man habe „gerade heuer wieder die Kapazität ausgebaut“. Doch nicht nur das: Vor einiger Zeit hat man im Zuge der Reno-

vierung der Verwaltungsgebäude eine zeitgemäße Dämmung, Verglasung und Klimatisierung umgesetzt, die den Energieverbrauch zusätzlich senkt: „Leitgedanke dieser Maßnahme ist für uns als Familienunternehmen, dass wir auch künftigen Generationen eine Welt hinterlassen wollen, in der unser Geschäftsmodell weiterhin möglich ist. Daher müssen wir unseren Beitrag für eine intakte Umwelt leisten.“

#### Die Trendfrage

Der Blick in die Zukunft und die Wichtigkeit, an übermorgen und überübermorgen zu denken, ist gut und notwendig. Allerdings überlegen sich viele Konsumenten heutzutage genauer, was sie essen. Glaubt man Instagram und Co., ist das klassische Frühstücksbrot mit Marmelade quasi ganz böse. Aber das Unternehmen wäre auch nicht über 140 Jahre alt geworden, würde man nicht sowieso das passende Angebot haben: „Bio oder auch zuckerreduzierte Fruchtaufstriche sind tatsächlich starke Wachstumsbringer.“

Darbo hat sich mit den jeweiligen Konzepten Zeit gelassen, so wie man es eigentlich immer macht. „Wir müssen nicht unbedingt die jeweils ersten am Markt sein“, sagt er, „sondern

bieten unsere Entwicklungen dann an, wenn sie ausgereift sind. So erleben unsere Bio-Aufstriche im österreichischen und deutschen Lebensmitteleinzelhandel gerade eine erfolgreiche Markteinführung, während die zuckerreduzierte Variante, obwohl ebenfalls noch sehr jung, jetzt schon fast ein Klassiker ist.“

#### Der mündige Konsument

Marktzahlen, aber auch Kunden, die sich an Darbo wenden, würden die Beliebtheit bestätigen; selbstverständlich biete

”

*Wir halten den Konsumenten für mündig genug – und bieten daher ein breites Sortiment an und überlassen dem Konsumenten die Auswahl.*

“

man auch weiterhin klassische Rezepturen an. Diese Strategie macht sich offensichtlich bezahlt: Schließlich, und das muss noch einmal erwähnt werden, wäre man sonst nicht seit so vielen Jahren und bei so vielen Krisen noch immer ein erfolgreicher Player am Markt.

Darum sagt Martin Darbo abschließend: „Für Instagramtrends kann ich nicht sprechen. Wir halten jedoch den Konsumenten für mündig genug – und bieten daher ein breites Sortiment aus Klassikern und Innovationen und überlassen dem Konsumenten die Auswahl.“