

[Transcript] Wer nichts weiß, muss alles essen / #154 Knappe Knabberware? | Markus Marek

Wir sind der einzige Schiebshersteller in Österreich, wo wir hundertprozentig unser Erdöpfen aus Österreich kriegen.
Ich habe es durchaus auch zum Kämpfen, wenn ich jetzt allein die Rohstoffversorgung denke.
Vor einem Jahr hat es Sonnenblumenöl, das war ein Riesenthema.
Heuer schaut es aus, da haben wir das Problem mit den Erdöpfen.
Dann gibt es den Einkäufer, dann gibt es den Verkäufer.
Wann es zusammenkommen machen, sagt Geschäft.
Wann es nicht zusammenkommen, machen es kein Geschäft.
Es sind nicht die bösen Konzerne, die so steuern, sondern am Ende des Tages ist unser Einkauf zu halten.
Das heißt, wir mit jedem Griff ins Regal vergeben einen Produktionsauftrag.
Konsumenten entscheidet, ist ein Produkt erfolgreich oder ist ein Produkt nicht erfolgreich?
Im Endeffekt, was im Einkaufswaggert dem Konsumenten landet, das wird verkauft.
Wer nichts weiß, muss alles essen. Der Podcast von Landschaft Leben,
der auf Erchheit wieder sehr herzlich bei mir begrüßen.
Ich freue mich total, dass ich heute den Herr der Chips bei mir sitzen habe,
der Salzstangel aus Österreich, der Markus Marek ist der Chef von Kellys.
Wir haben uns vor einigen Jahren kennengelernt.
Ich schätze sehr, wir lochen sehr viel miteinander.
Markus, ich darf Danke sagen, dass du bei einer Einladung gefolgt bist.
Heidemarie zum speziellen Lebensmittel, das, was man vielleicht nicht rund um die Ehe essen sollt,
aber es ist definitiv ein Genussmittel. Danke, dass du gekommen bist.
Ja, danke, Hannes. Ich glaube, es sind drei, vier oder fünf Jahre, die wir uns schon kennen.
Es ist immer schön, bei dir zu lochen, aber auch ernst zu sprechen über Österreich,
über unsere Produkte.
Und du hast mir vorhin schon gesagt, du bist ein großer Fan von unseren Produkten.
Haben wir herzlichen Dank dafür.
Es ist wirklich so, also viel sagen, ist du Chips?
Da sage ich, ja, sehr gern sogar.
Interessanterweise hat sich das ein bisschen verändert.
Die letzten Jahre haben wir früher durchaus gerne Schokolade gegessen.
Das ist irgendwie plötzlich, hat das irgendwie aufgekehrt und bin dann irgendwie bei den Chips
hängen geblieben.
Und muss sagen, gerade einmal, wenn man sich einen Frühmausch hat oder mal net am Abend
zusammensitzt,
ist das durchaus was Schönes.
Und was mir total tat, ist, wenn wir uns kennengelernt haben,
mir war überhaupt nicht bewusst, wie viel Regionalität eigentlich in die Kellys Chips drinnen ist.
Und ich glaube, da hast du einen wesentlichen Anteil dabei.
Aber starten wir mal vielleicht mit dir als Person.
Markus, erzähl uns einmal ein bisschen was von dir.
Dein Werdegang, wie bist du eigentlich da klant, was du heut bist?
Ich fange mal so an.

[Transcript] Wer nichts weiß, muss alles essen / #154 Knappe Knabberware? | Markus Marek

Erst einmal bin ich verheiratet.
Wir haben gemeinsam ein Kind, unseren Sohn, 22 Jahre.
Meine Gattin hat auch noch zwei Kinder mitgebracht.
Von ihrer ersten Ehe, die sind ja schon 33, 34, läuft alles gut.
Und ich glaube, das ist einmal die Grundlage,
dass man im Beruf so richtig durchstarten kann, wenn es da privat gut geht.
Ich habe zuerst einmal angefangen bei der Rewe im Einkauf.
Da war es noch nicht der Rewe.
Damals beim Pippa, da und beim Pilla, dann im Zentralen Kauf.
War echt eine tolle Erfahrung.
10 Jahre war ich dort in Wiener Neudorf.
Echter geile Zeit.
Und dann haben wir gesagt, okay, jetzt hast du einmal das Ganze vom Handel kennengelernt.
Jetzt schaust du mal, wo gehst du hin.
Gut, dann war ich 13 Jahre bei der Nestle.
Habe angefangen in der Tiernahrung.
Das war meine Berufung, weil ich aber bei der Rewe damals schon Tiernahrung gemacht habe.
Ich habe so Marken eingeführt wie Felix.
Es war eine tolle Zeit.
13 Jahre.
Dazwischen hat meine Frau einen Fressen auf gehabt, sechs Jahre.
Es war auch eine coole Zeit,
da habe ich das zu sehen, ein bisschen so selbstständig, wie das meine Frau geführt hat.
Und nach 13 Jahren habe ich gesagt, okay, was fällt da jetzt?
Eigentlich was Urtypisches.
Womit bist du aus Kind aufgewachsen?
Aus Kind bin ich aufgewachsen und ich war viel beim Heirigen mit Mannerschnitten,
mit Weinbeißer und natürlich mit Sollette und Kellischchips.
Beim Heirigen gibt es das bei uns überall.
Ich bin so aus dem südlichen Niederösterreich so beziert, gebaden.
Und dann ist so auffährt gekommen von der Kelli,
haben wir gesagt, geile Marken.
Da haben wir die Produkte einmal angeschaut,
noch mal ins Detail, wo es eigentlich Kelli alles hat.
Da haben wir gedacht, es ist wirklich eine geile Geschichte.
Zwei Produktionsstätten in Österreich,
da habe ich mir auf die Packung mal umgedraht,
österreichische Erdöpfe, cool.
Österreichisches Salz, cool.
Ach, das gleiche bei Sollette, österreichisches Mehl,
österreichische Wertschöpfung, die zwei Fabriken haben wir gedacht.
Das ist cool, genau das ist mein Ziel,
kannst du sehr, sehr viel bewegen in österreichischer Produktion.

Da gehst du hin.

Ja, und das war 2016.

Und die Zeit vergeht riesig, schnell, rasant.

Also, und dazwischen war Corona,

jetzt haben wir eine Energiekrise gehabt, das letzte Jahr.

Also, es gibt immer Challenges,

aber ich habe ein super tolles motiviertes Team.

Wir sind insgesamt drei Geschäftsführer,

Thomas, der macht die ganzen Operations,

das heißt die zwei Fabriken und Logistik,

der Werner ist Finanz,

wir sind auch verantwortlich für die Schweiz und Slowenien

und es macht jeden Tag eine Freude,

wirklich, wenn du in die Firma kommst.

Also, ich habe es keinen Tag bereut,

dass ich wirklich da angefangen habe, 2016.

Unglaublich schön, dir zuzuhören,

da käme ich fast ein bisschen auch zum Schmunzeln,

weil du das wirklich so authentisch lebst,

also egal, wo wir uns treffen bei irgendeiner Veranstaltung in Österreich,

du hast immer Chips dabei.

Du lebst es wirklich, also es gibt wenig Manager,

die es so zum Ausdruck bringen, wie du.

Das finde ich beeindruckend

und das macht ja auch total authentisch in dem, was du tust

und ich glaube, deswegen bist du auch sehr erfolgreich.

Aber vielleicht noch mal ganz kurz zurück zu deiner Zeit,

du warst Einkäufer bei der Rewe sozusagen, oder Biller,

und heute sitzt du auf der anderen Position,

heute verhandelst du mit, sage ich mal, Biller und Co.

Wie gestern da, wie ist das?

Die Situation, du weißt ja wahrscheinlich jetzt,

wie dein Gegenüber diktiert aus deiner Erfahrung,

nutzt er das was?

Also, man weiß nie, wie das Gegenüber diktiert,

weil jeder hat einmal einen schlechten Tag,

oder jeder hat seine Vorgaben, die vielleicht nicht erfüllt werden,

oder man weiß nie, wie das gerade das Geschäftsergebnis

oder die Geschäftsverläufe sind,

aber es hilft natürlich viel,

wenn man die andere Seite natürlich auch kennt,

weil es hat jeder seine Vorgaben,

es hat jeder seine guten und seine schlechten Tage,

aber man muss ja trotzdem irgendwie zusammenkommen.
Es entwickelt sich so viel am Markt,
also haben wir uns letztes Jahr anstand,
die ganzen Rohstoffpreiseränderungen,
die von heute auf morgen uns getroffen haben,
wo wir gar nicht so schnell waren,
dass wir das überhaupt überzuckert haben,
dass er Paletten auf einmal steht, 6,22 Euro gekostet hat.
Also, das ist wirklich ein Wahnsinn.
Die Schnelllebigkeit,
das ist, du kannst nicht mehr so planen wie früher.
Also, da waren 12 Monate,
da waren ziemlich relaxed,
wenn du eine Planung einmal durchgehast hast,
wenn du eine Promotionpläne durchgehast hast.
Jetzt ändern sich sehr, sehr viel.
Und es geht auch alles schneller.
Ich hab angefangen, da haben wir Afferte gekriegt
und haben Aktionspläne geschrieben mit der Schreibmaschine.
Und jetzt, jetzt kriegst du eine E-Mail
und jeder wartet innerhalb von der nächsten halben Stunde,
will eine Response.
Also, man muss auch die Erwartungen da ein bisschen mal managen.
Weil, wenn du in der Früh kommst
und du hast da 30 E-Mails,
das passiert nicht nur mir,
das passiert uns ja allen.
Und jeder wartet,
dass sofort irgendeine Antwort gibt,
wo jeder wieder zufrieden ist.
Also, man muss ein bisschen da die Erwartungen auch dämpfen.
Und für mich ist das nicht mehr besser,
nimmst du den Telefonhörer, rufst an,
da kann man sich wahrscheinlich 50%
der ganzen E-Mails ersparen.
Also, der persönliche Kontakt ist meiner Meinung
von meinen Kolleginnen und Kollegen.
Ich sage das immer, ruf zu mir an
oder ihr wollt es auch angerufen werden,
da kann man das alles viel, viel schneller checken.
Mit dem Handel, mit der Industrie genauso.
Das heißt, der Handel hat sich im Wesentlichen
gar nicht einmal so viel verändert.

Das heißt,
gewisse Grundzüge sind gleich bleiben auch
zu denen, wie es bei dir vorher war.
Das ist schon ewig, das ist schon ewig lang her,
aber es ist es noch immer.
Da gibt es den Einkäufer, da gibt es den Verkäufer.
Wanns zusammenkommen machen, sagt Geschäft.
Wanns nicht zusammenkommen machen, ist kein Geschäft.
Und es gibt Marken, die auch der Handel benötigt.
Es gibt Marken, die der Handel nicht benötigt.
Und je besser du deine Marken natürlich pflegst,
so wie wir das auch machen mit unseren Marken,
desto besser ist auch natürlich vom Handel,
weil die Konsumenten suchen natürlich auch unsere Marken,
weil man gemeinschaftlich das mit
Aktionspolitik macht.
Aber es ist nicht immer alles eitel wohnen.
Das ist ganz klar.
Das wird ja nicht sein.
Weil es gibt auch durchaus unterschiedliche
Interessen.
Und da muss man jetzt schauen, wie kommen wir zusammen.
Bevor wir zu Kellys direkt kommen, was mir zu interessiert,
du weißt ja vielleicht, wir kommunizieren das ja
seit Anfang an.
Das war irgendwo mein Erkenntnis,
wie ich da mit dem damaligen Rewe-Chefen
mit Frank Hänsel über Landschaft leben,
in der Gründungsphase diskutiert habe,
wo man dann irgendwo bewusst war,
es sind nicht die bösen Konzerne,
was wir steuern, sondern am Ende des Tages
es ist unser Einkauf zu erhalten.
Das heißt, wir mit jedem Griff ins Regal
vergeben einen Produktionsauftrag.
Würdest du dies mit deinen Kenntnissen,
hierzu auch, unterschreiben,
dass wir Konsumenten das sehr wohl,
was ihr da handhaben?
Das unterschreibe ich da hundertprozentig,
weil im Endeffekt entscheidet der Konsument,
nimmt er österreichisches Produkt,
nimmt er ein U-Produkt,

nimmt er ein non-U-Produkt,
nimmt er Private Label,
nimmt er A-Marke, B-Marke,
und ein C-Marke.
Und das ist auch unser Bestreben,
unsere Aufgabe, vor allem vom Marketing auch schon,
wie können wir unsere Produkte positionieren?
Und da gehört Qualität,
da gehört natürlich ein Marketing dazu,
da gehört auch POS Placement etc.,
hat der Konsument entscheidet.
Das ist ganz klar, der Konsument entscheidet,
ist ein Produkt erfolgreich
oder ist ein Produkt nicht erfolgreich?
Im Endeffekt, wo es im Basket,
im Einkaufswaggert,
beim Konsumenten landet,
das wird verkauft.
Und geht es euch auch noch so,
wenn ihr jetzt ein neues Produkt lauscht,
quasi in die Vermarktung bringt,
am Ende des Tages hat es ja davon abhängt,
kauft es ihr oder nicht, oder?
Das ist natürlich klar,
im Endeffekt entscheidet der Konsument,
wir können nur die beste Werbung machen, etc.,
wenn es beim Konsument nicht ankommt,
dann ist es 12 Monate im Regal
und dann kommt es wieder raus.
Aber wir, muss man wirklich sagen,
wir bringen ja einiges Neues jedes Jahr,
wir probieren das alles vorab zu testen,
das haben wir letztes Jahr
einen großen Bob-Chips gemacht,
jetzt haben wir die zweite Werbekampagne,
die V-Kampagne.
Man kann nicht glauben,
dass man sie ins Regal einstellt
und es ist bekannt.
Man muss wirklich mindestens fünf Jahre
den Konsumenten aufmerksam machen
auf das Produkt,
d.h. mit einer TV-Werbung,

mit einer Radio-Werbung,
mit den ganzen sozialen Medien,
mit Sampling, etc.,
und das ist schon die Pflicht
davon, der Industrie,
nicht einfach irgendwas reinzustellen
und schauen wir mal,
kauft es der Konsument oder kauft es nicht,
weil andersherum muss man auch sagen,
der Handel vergibt ja die Plätze,
die sind ja nicht gratis.
Und das ist die Aufgabe der Industrie,
die Marken so zu positionieren
und den Konsumenten schon
Aufmerksam zu machen
mit einer klassischen Werbung.
Gemeinsam handeln die Industrie
natürlich für entsprechende Second Placement,
also am POS natürlich mit Dispress
oder mit einer entsprechenden Zeitplatzierung,
Gutschein, Werbung, etc.,
das ist gemeinsam.
Was sonst ist von der Industrie
schon die Aufgabe einmal,
überhaupt den Konsumenten
aufmerksam zu machen,
dass es das Produkt gibt
und das ist
eine Aufgabe der Industrie.
Es war gerade der Herr Dumser
vom Markenartikelverband
bei der Maria Fanninger im Podcast noch,
vor einem Sommer sozusagen,
und der hat halt dann auch erzählt,
wie es ja geht,
mit den Eigenmarken des Lebensmittelhandels,
wie schwierig,
die Herausforderungen.
Erlebt ihr das auch als Marke?
Markelles ist eine extrem starke Marke,
finde ich,
aber
muss man trotzdem wachsam sein,

sage ich mal,
dass man da nicht vielleicht
vor einer Handelseigenmark
bzw. einfach
deutsche
oder andere Hersteller abgelöst wird?
Es ist nicht einfach,
aber genau das ist
die Challenge jeden Tag.
Die Challenge jeden Tag
ist, zu besser zu sein,
als der Mitbewerb.
Und das haben wir
in unserer DNA bei Kelly.
Das ist unser Engagement,
jeden Tag besser zu sein
und besser zu werden.
Und wann man das jeden Tag erlebt,
wann das jeden Tag,
man geht ins Büro ein
und sagt mal, wie besser wird
das jeden Tag funktionieren?
Das ist mir schon ganz klar.
Aber auch das Meinzeit zu haben,
ich will mehr,
ich will mehr
und ich will das für den Konsumenten.
Und so wie du richtig gesagt habt,
Kelly ist eine geile Marke.
Aber wir kennen uns
nicht ausrund auf einer geilen Marke.
Wir müssen jeden Tag besser werden.
Jede Produktinnovation muss besser werden.
Jede Reformulierung eines Gewürzes
muss besser werden.
Und das ist der Anspruch bei uns.
Kennen wir mal direkt zur Marke.
Ich muss ja sagen,
ich weiß noch nicht, wie es du
bei unserem Erstgespräch in Schlappmann gewesen bist.
Und Thomas,
jetzt hörst du so frei von der Leber weg.
Na ja,

wir nehmen eine österreichische Erdepfe
und so jetzt
und bei die Solete des Mehl aus Österreich.
Ich glaub, da ist nämlich noch nicht
überall so klar draufgestanden oder so groß.
Jetzt steht es ja wirklich,
und das tagt mir wirklich,
ich mach noch mal kein Produktplacement.
Wir sind ja nicht normal.
Aber ich muss wirklich mal sagen,
Schatze ich einmal wirklich an,
wie groß da kommuniziert wird,
dass das aus Österreich kommt,
die Erdepfe,
die Solete,
die Solete,
das Mehl.
Ich wünsche mal,
dass viele Hersteller so agieren würden,
dann leider nicht.
Du hast das zur Perfektion getrieben,
finde ich.
War das immer schon der innere Überzeugung?
Ist das vielleicht sogar durch Landschaft Leben entstanden?
Oder wie wird man dann so mutig
auf so ein Produkt,
das so groß zu kommunizieren?
Weil ich denke,
ob das mal wurscht,
wo ich sage,
da stirbt da dir dafür
und weiß nicht was,
da steht nichts oben.
Da sagt vielleicht irgendwer,
der Lederhosen,
das ist super.
Aber ich weiß null,
wo das herkommt,
und bei dir weiß ich alles.
Ja, das ist doch das Schöne.
Wenn ich über ein USB,
also ein Vorteil gegenüber
der internationalen Konkurrenz,

[Transcript] Wer nichts weiß, muss alles essen / #154 Knappe Knabberware? | Markus Marek

gegen meinen Mitbewerb,
ich kann sagen,
Hallo,
meine Erdepfen kommen aus Österreich.
Und das muss ich ganz groß klemmen.
Unser kürzerster Acker
von unserer Fabrik
ist sechs Kilometer entfernt.
Wer kann das noch klemmen?
Wir sind der einzige Schiebshersteller
in Österreich,
wo wir hundertprozentig
unsere Erdepfen aus Österreich kriegen.
Es ist doch geil.
Es ist einzigartig.
Es ist einzigartig,
mit den Salinen
in Kooperation zu haben,
dass wir dort unser Salz herkennen.
Das ist einzigartig.
Und bei den Paprikatschips
kriegen wir das Gewürz von Kotternee.
Und bei der Sollette
kriegen wir hundertprozentig
unseres Mehls aus Österreich.
Das ist einzigartig.
Es ist keine neue Erfindung von mir,
weil wir machen das schon seit Jahrzehnten,
dass wir da wirklich
eine tolle Kooperation haben
mit der österreichischen Landwirtschaft.
Was ist neu ist,
dass wir das so toll auch kommunizieren,
so wie du es gesagt hast.
Das ist Österreich.
Und ich glaube, wir können stolz sein in Österreich,
dass wir so einen Hersteller haben wie Kelly,
dass die hundertprozentig
die österreichischen Erdepfen haben.
Dass die hundertprozentig
das Salz von den Salinen haben.
Das muss ja ein Mehrwert sein.
Das muss ja ein Mehrwert sein.

Und bei uns machst du das auch und sagt,
das kennt eigentlich die Erdepfen
von meinen Nachbarn sein.
Das ist ja toll.
Wir kriegen das alles in unserer Region.
Für mich ist das Passion.
Das ist eine Leidenschaft von mir,
dass ich sage, was können wir noch in Österreich kriegen?
Ja, ich finde es gut.
Wie gesagt, mir dachte ich es auch wirklich sehr.
Was mich ein bisschen interessiert,
wie groß ist eigentlich das Unternehmen?
Wie dass wir ein bisschen Einblick kriegen.
Ich glaube, der Besitzer ist ja nie in Österreich, oder?
Der Besitzer ist nicht in Österreich.
Wir können in der Internetgruppe
im Hauptsitz in Düsseldorf.
Wir sind da sehr dezentral auch.
Wir kennen unsere Entscheidungen in Österreich treffen.
Da muss ich auch sagen,
großen Respekt für die Internetgruppe, dass das ist.
Wir können sehr lokal hier walten, natürlich.
Wir haben ungefähr 420, 430 Mitarbeiter.
Das deuten sich auch in Feldbach,
wo wir Salete herstellen.
Und dann in Wien,
wo wir die ganzen Kartoffelprodukte herstellen.
So ist ungefähr die Aufteilung in Österreich.
Wir sind auch zuständig für die Schweiz und für die Slowene,
wo wir auch einige Sachen in Österreich herstellen.
Und das heißt aber, die Marke selber ist unter Kellys.
Das gibt es auch einfach nur in Österreich, oder?
Das gibt es noch in Österreich.
Das kennt man in Österreich.
Das gibt es noch in Österreich.
Das ist die österreichische DNA Kellys.
Wie das nächstes Jahr? 70 Jahre?
70 Jahre, ja.
Das kann schon was.
So, Markus, damit es nicht nur eine reine Marketing-Vorstellung
für Kellys wird,
muss ich dir jetzt aber auch fragen.
Ihr setzt natürlich eben

grosser Abnehmer landwirtschaftlicher Produkte.
Es hört sich jetzt alles super cool an.
Geiles Unternehmen, geile Mitarbeiter,
du selber cool.
Ich weiß aber, dass die Welt dahinter
ein bisschen anerstaucht schaut.
Ich habe es durchaus auch zum Kämpfen.
Wann ich jetzt allein in die Rohstoffversorgung denke,
war ich sicher, dass man erzählt,
Sonnenblumenöl war ein riesen Thema.
Heuer schaut es aus, haben wir das Problem mit den Erdipfen.
Wo wir aussehen aus dem Fenster,
der Sommer war nicht unbedingt der Beste hier zum Herbst.
Sagen wir mal, wie geht es da so mit dem Einkauf?
Oder wie kämpft es über die Runden?
Also ich fange mal nicht im Sommer an,
ich fange mal im Frühjahr an.
Also der Winter war mal, wie sind wir alle,
warm und zu trocken.
Früher war es kalt.
Das heißt, jede Erdipfel, wenn man es einlegt,
brachte eine bestimmte Bodendemperatur.
Das heißt, da waren wir schon mal,
unsere Bauern und Bauern erinnern wir uns
ein bisschen spät dran,
weil sie es nicht vorher machen konnten.
Das ist die Natur.
Das heißt, sie haben uns spät antrieben.
Und dann müssen wir wissen,
aber mit 25 Grad
tun die Knollen einmal nicht mehr viel wachsen.
Wenn man mit einem 30 Grad
hört das Ganze auf zum Wachsen.
Das heißt, wir sind mit den Frühkartoffeln einmal spät,
weil die Aussaat ist.
Jetzt waren nicht die optimalen Wetterbedingungen,
das ist Mutter Natur, also, ja.
Da kann man Gott sei Dank nicht ändern,
dass man verknüpft rückt,
das heißt, kommt man kriegen.
Also es ist ein Challenge.
Es ist jetzt sicherlich ein Challenge,
um genügend Erdipfen zu bekommen.

Was ich so höre,
es ist nicht nur in Österreich so,
sondern geht es auch in anderen Ländern so,
aber es wird challenging.
Wir haben Gott sei Dank mehr als 90 Vertragsbarn
in Österreich,
rund um unser Kelleswerk,
bis in die Seewinkel hinein.
Also sehr viel aus Niederösterreich,
auch einiges aus dem Burgenland.
Aber das heißt,
mit den Bauern pflegt sich da schon
eine, sagen wir mal,
eine Partnerschaft auf Augenhöhe,
glaube ich, kann man es so nennen.
Ich sage mal, ich weiß,
dass bei den Kartoffeln
zum Teil extremster Bayerisdrucker basiert,
auch vom Lebensmittelhandel.
Dann werden wir da irgendwo
im ägyptische Frühkartoffel hergekommen,
um die Preise zu drücken, was auch immer.
Wie geht es hier da?
Du sagst, das haben 90 Vertragsbauern.
Das heißt, da geben wir wirklich
auf langjährige Partnerschaften.
Ja, also wir haben da sehr viele Vertragsbauern.
Es gibt auch Bauern,
mit denen wir auch
Werbeeinschaltungen gemeinsam machen.
Wir haben jetzt zum Beispiel
in September haben wir
unser Erntedankfest auch,
wo wir unsere Bauern auch eingeladen haben,
wo wir auch Dankes sagen wollen.
Und der ganze September ist frische Ernte.
Da wollen wir auch unsere Bauern
ein bisschen im Mittelpunkt doch stellen.
Auch mit teilweise mit
Werbeabbildungen mit ihnen.
Ich glaube, das ist ganz, ganz wichtig.
Weil ohne den Bauern und Bauern
gab es keine österreichischen Erdöpfe.

Und das ist einfach wichtig,
dass man denen etwas zurückgibt.
Natürlich, jeder Rettung am Preis,
jeder Rettung,
jeder Rettung, die Qualität.
Jeder hat seinen Standpunkt.
Aber man muss überall zusammenfinden.
Darum haben wir unsere zwei Agrarmanager,
die auch entsprechend den Bauern
mit Rat und Tat zu Hilfe stellen wollen.
So ist Außenehmen,
wann muss man düngen etc.
Ich finde das schon eine tolle Partnerschaft.
Wenn man das so über Jahrzehnte schon geht,
ist das ja nicht von heute auf morgen.
Sondern das sind wirklich langfristige
Partnerschaften,
die natürlich jedes Jahr natürlich
neuert werden müssen.
Wir brauchen auch nicht jedes Jahr
die gleichen Mengen an der Töpfe.
Aber grundsätzlich, der Markt,
entwickelt Sie,
ist das ein stabiler Markt beim Chips-Obstort
oder ist der auch sehr volatil?
Es ist nicht so volatil.
Wir reden um 2-3% mehr,
2-3% weniger.
Aber man muss eines sagen,
das ist eine Kategorie,
knapper Gebäck,
die immer, seitdem ich da bin,
in Volumen leicht gewachsen ist.
Heer sehen wir, es ist nicht mehr so,
es ist plus minus null,
plus 1,5 da.
Aber wir haben jetzt schon Jahre gehabt,
um auf 50% in Volumen auch gewachsen zu sein.
Und das von unseren Hauptartikeln.
Das ist wirklich schön zu sehen,
dass das Knapper Gebäck
einer der wenigen Warengruppen ist,
die auch durchgehend wächst.

[Transcript] Wer nichts weiß, muss alles essen / #154 Knappe Knabberware? | Markus Marek

Also auch in Zeiten der Deuerung,
quasi die Lehrkraft und trotzdem Chips.
Auch in Zeiten der Deuerung
möchte man das Knistern ins Leben bekommen.
So wie du beim Fernsehen.
Markus,
wann werden eigentlich die meisten Chips,
die meisten Soletti essen?
Ist das rund um Weihnachten oder mal im Sommer?
Oder wann habt ihr den höchsten Absatz?
Also es gibt 2 Hauptbüros,
so wie du gesagt hast.
Am Weihnachten Silvester,
man weiß, am Weihnachten Silvester
kommen die Familie zusammen,
dann knabbert man zu Silvester,
geht auch nichts ohne Chips oder Soletti.
Und natürlich sind euch sicher,
wie Fußball Weltmeisterschaft
oder nächstes Jahr die EM.
Das ist schon so ein Zeichen.
Knabber, Fußball,
das ist schon einer der Höhepunkte
neben Silvester.
Okay, also trotz dieser Kekseid,
sage ich mal,
greift man trotzdem zu den Chips an.
Ja, Gott sei Dank.
Aber die Kekseid muss man sagen,
wann beginnt denn die Kekseid?
Wenn ich in Lebensmittelhandel schaue,
wann gibt es die ersten Kekse?
Ja, wahrscheinlich Mitte November
wird schon vermutlich losgehen.
Wann gibt es die ersten Lebkuchen?
Das kann ich dir jetzt gar nicht sagen.
Mitte August.
Geh!
Ja.
Unsere Chips gibt es kurz am 12. Monat.
Vor euch ist ein großes Problem,
Herausforderung beim Öl,
Sonnenblumenöl.

Wie hat sich da die Situation?

Da war ja auch Preisexplosion,
oder hast du mir damals mal erzählt.
Und auch Thema Verfügbarkeit
von der Ukraine.

Ja.

Wie entwickelt sich das her?

Also man muss eines sagen,
lang, also kursfroh,
das ist der Ölpreis natürlich gefallen wieder.

Gott sei Dank,

dass sich das alles wieder normalisiert hat.

Aber es gibt auch Verträge,
die man natürlich auch langfristig hat.

Wir sind auch ein Partner, der sagt,

okay, ich kaufe es nicht ein,

beim Künftigsten,

dann wieder beim Dauertesten.

Also wir haben da wirklich einen,
im Wochen der 12-Monats-Verträge
mit unseren Partnern.

Aber es hat sich

sehr eingeregelt so um mich.

Erst einmal, ja.

Also es nivelliert auch mal,
es sieht doch den Weizenpreis.

Einmal schauen wir mal, wie man das weitergeht jetzt,
weil Ukraine kann Weizen explodieren kann.

Es ist alles so international vernetzt,
dass sie das sofort auf dem österreichischen Preis
ausschlagen.

Ich sage immer,

ich habe das letztes Jahr nicht wirklich verstanden,

dass ein Palettenpreis von 6 Euro

auf 22 Stingen ist,

innerhalb von kürzester Zeit.

Und dass das Brennholz in Österreich,

jetzt habe ich es wiedergeschrieben,

es gibt zwar nicht Brennholz in Österreich,

also ich weiß nicht wo,

die Wälder glaube ich sind nicht kleiner geworden in Österreich.

Was natürlich noch immer sehr hoch ist,

wenn wir das nicht mehr in internationalen Schnitten sind,

natürlich die Energiepreise.
Also Strom und Gas,
das sind wir in Österreich,
und das sieht man natürlich auch auf der Inflation,
wenn ich mir das hernimm in Juli,
weil man bei 7%,
Belgien ist auf 1,5%,
und ich bin ja für die Schweiz zuständig,
ich glaube da war die Inflation nie höher,
nur heißt 2%.
Ein EU-Durchschnitt ist irgendwo bei 5%,
also warum schaffen wir hier in Österreich nicht,
die Inflation entsprechend auch
wenigstens aufs EU-Durchschnitt zu bekommen.
Weil das trifft uns jeder,
es trifft jeden,
ich kann ja gut eine hergeben,
aber trotzdem, die Inflation ist da.
Zum Holz kann ich da nur sagen,
also den Sommer ist der Holzpreis für uns Bauern
um mehr als wir die Hälfte gefallen,
gegenüber sozusagen zum Feuer.
Also man kann jetzt eigentlich gar nicht einmal ins Holz gehen,
weil man nicht einmal die Arbeit zurückkriegt,
also wenn man es jetzt quasi erntet,
das geht sich nicht mehr aus.
Wer da jetzt gerade so kassiert,
find ich total spannend,
also da wird es wenig in der Zwischen geben.
Aber für die Bauern ist es völlig uninteressant,
wie du richtig sagst,
denn ich denke, wir brennen jetzt
ohne Ende zur Verfügung.
Was vorgesehen vielleicht ein bisschen die Situation war,
vielleicht war zu wenig auf Lager,
aber das dürft sich ja auch wieder ausnivellen.
Vorher habe ich letztes Jahr Hamsterkäufe gemacht.
Genau, das waren reine Hamsterkäufe,
wenn jeder normal gekauft hätte,
und die war es dazu gekommen,
dass es dann auch bei Warn-Kadema gewesen ist.
Aber das ist auch Verunsicherung der ganzen Bevölkerung, oder?
Ja, da haben sie leider auf 10 Jahre im Voraus herzlichlich.

Ja, das ist gut, das war wieder ein Klobierbier bei Corona,
aber das ist eine andere Geschichte.

Das habe ich gekauft.

Aber es ist auch schon,

du hast es in den Medien nur gelesen,

hoffentlich haben wir Gas,

hoffentlich haben wir Gas.

Was macht der normalen Denker Österreicher,

der vertraut,

wie er in Wien sagt,

im Parlament,

erdeckt sein?

Ja, voralles sind zwar Botschaften,

gleichzeitig kämen wir,

und so jetzt Gas ausgeht,

und in Blackout kämen wir sowieso im Winter.

Der ist nie gekommen,

jetzt ist es mal wurscht.

Und ich weiß nicht, ob er wirklich einmal kommt,

keine Ahnung, aber

es sind schon sehr, sehr viele Ängste geschürt worden,

und dann wundern wir uns,

wann Preise halt irgendwo verrückt, danzen.

Ja, aber das ist,

da haben wir uns auf die Fahnen zu schreiben in Österreich.

Wir machen ja nur Politik

der Ängste teilweise,

wenn sie die Zeitungen aufschluckst.

Und mehr will dazu nicht sagen,

weil ich jaggern wie jeden Tag.

Ja, weil die Welt ist ja nicht so schlecht,

wie uns da jeden Tag versucht wird, zu vergeben.

Wir leben in einem super schönen Land.

Das müssen wir ja sagen.

Wir haben eine soziale Gerechtigkeit,

nur müssen wir aufpassen,

auf unsere soziale Sprache nachher.

Das ist schon,

wenn jemand 40 Jahre gearbeitet hat,

und dann in der Pension,

nicht einmal ein Tausender kriegt,

oder rund um ein Tausender,

da muss ich mal schon denken,

irgendwo es laufen.
Und es wird ja alles teurer.
Ich brauche es nicht über einen Strompreis
jetzt diskutieren,
wie viel man vor 1,5 Jahren
für ein Kilo war,
was jetzt manche Leute zu einer so da sind.
Das ist nicht einmal das Doppel,
das ist das Ochsfache.
Und ich verstehe das jetzt wirklich nicht.
Es gibt jetzt ja
sehr viele
Pensionistenvertreter, etc., etc.,
warum die nicht einmal da sind.
Das ist das,
etc., etc.,
warum die nicht einmal am Tisch sind
und sagen, liebe Freunde,
so geht es einfach nicht weiter.
Ich glaube, die Tante ist eh noch,
aber wir haben, wie du es richtig sagst,
die hat die sozial schwächere Schicht,
auf die sollte man nicht vergessen,
weil das bewahrt ja diesen sozialen Frieden,
den wir in Österreich jetzt
langer Zeit gewohnt sind,
und der, was es aber auch lebenswert macht.
Und auf das müssen wir aufpassen,
wenn man da eine Kaufkraft verloren geht.
Aber das hat man ja auch schon gesehen,
oder?
Du bist ja auch Lebensmittelproduzent.
Es ist uns auch ständig kommuniziert worden,
wir können uns die Lebensmittel nicht einmal leisten.
Und das ist auch was,
wo ich oft sage, ja, es hat aber keiner gesagt,
um wie viel die Billiger waren,
sind allein in den letzten Jahren.
Wir kommen das manchmal vor, so wie
irgendwer will handeln
und die Industrie irgendwie
schauen, dass da jeder
ist schuld und keiner ist schuld.

Man muss ganz woanders
ansetzen.
Wenn Energie braucht jeder,
ein Bank braucht jeder,
also ich würde gern wirklich wissen,
woher kommt wirklich die Teuerung her.
Und wenn ich sage, die Lebensmittelpreise
sind unter der Deutschlandinflation,
werden es weder die Händler sein,
die österreichischen Händler,
nur die österreichische Industrie.
Sondern was ist?
Die Energie ist.
Zum Großteil?
Ja, 100 Prozent.
Für sicherlich gescheiterte Menschen,
die das wissen,
da muss man das einmal sagen,
da muss man einmal Maßnahmen setzen.
Maßnahmen setzen,
die wirklich für jeden Österreicher
und jeden Österreicherin
wirklich im Gottwürstel,
das müssen sie einfach spielen.
Das müssen die Leute spüren,
das müssen die Leute täglich spüren.
Und die nicht einmal
die Maßnahmen bekommen
und sie das nicht mehr leisten können.
Aber Satya, als Kellis,
mit du, mit deine Werke,
ihr würdest ja auch viel Energie brauchen.
Das muss ja
extrem gewesen sein bei euch.
Das ist ja gestern natürlich
früher ein Hitze, sag ich einmal,
aber braucht da viel Energie.
Das wird auch spannend gewesen sein, oder?
Es ist noch immer spannend.
Wir haben das Foto von Walteigan
lang gemacht,
in Vötbach.
Also wo wir die Solete herstellen.

Wir haben eine riesige Foto,
weil die Eigenlage ja in Wien gemacht.
Das ist für Strom.
Da schaffen wir eine 15% von unseren Strom.
Aber unser Hauptbedarf ist Gas.
Das ist, weil wir haben Fritösen.
Das heißt, Erdepfellen werden geschnitten.
Das macht man nicht mehr händisch.
Das wird schon maschinell gemacht.
Und dann kommen sie in den Ölwald.
So wie wir es jetzt ausvollstellen,
in einem kleinen Fritter
ein bisschen größer.
Und der braucht Gas.
In Feldbach
für Herstellung von Solete
oder jeder gebackene Ware.
Da ist er oben.
Der wird mit Gas befeuert.
Und das ist natürlich schon,
das sind Kosten,
die irrsinnig gestiegen sind.
Und die
noch nicht dort sind,
wo wir früher waren.
Weil man auch meine persönliche Einschätzung ist,
dass man nicht mehr die Energiepreise haben
werden,
wie es war 1,5 oder für 2 Jahre war.
Aus Privater kann man sich noch
ein bisschen das aussuchen.
Da geht man
ins Internet, schaut man ein bisschen durch
Durchblicker oder wie immer
schafft man immer noch einen
günstigeren Preis, aber natürlich
bei der Menge an Gas und Strom.
Was wir benötigen,
das folgt ganz schön ins Gewicht
und das haben wir natürlich auch
weitergegeben müssen.
Hast du da eine Möglichkeit
eigentlich kannst du voraus produzieren,

also kannst du auf Halde, Lager
produzieren
oder wie ist das bei euch?
Oder ist es, produzierst du
Kim Jurelke während Justin deinem Weg
oder wie schön man sich das bei Chips vor?
Was das das Beste ist,
Chips werden produziert
in Sackl.
1 Stunde später machst du das Sackl auf.
Das heißt,
das sind frische Chips.
Das Beste sind frische Soilette
von der Linie, warme Soilette.
Das geht natürlich nicht für alle.
Aber wir versuchen es, also durchschnittliches
Chipsbackel, Salzchipsbackel
ist bei uns zwischen 8 und 10 Tage
am Lager.
Die Erdepfen kommen schon aus den deinem,
werden es produziert
ins Hochregallager in Wien
und 8 bis 10 Tage
sind es im Lager vom Händler.
3-4 Tage später
sind es draußen am Lager.
Das ist ja das tolle.
Auch die kurzen Transportwege.
Das heißt,
8 bis 10 Tage plus 4 Tage,
14 Tage, also zwischen 2 Wochen
und 3 Wochen sind die Chips im Lager.
Im österreichischen Lebensmittel.
Wo das jetzt umgekehrt sagt, also wirklich
ein Krisenfahrer, dann Chips haben wir so zu sagen nicht.
Nein, haben wir nicht.
Ich muss ja gar nicht ehrlich sagen,
das wollen wir gar nicht.
Wir haben zwar schönes Zentrallager
in Wien bei uns, die haben
rund 18.000 Paletten.
Aber 18.000 Paletten,
Chips sind ein bisschen ein Großproblem.

Du bringst nicht so viel drauf.
Du brauchst eine schöne Drehung.
Und
die Qualitätsmerkmalung ist schon die Frische.
Das hättet jetzt gar nicht so krass,
dass bei den Chips das so wichtig ist.
Natürlich halten die eine gewisse Zeit,
aber es ist doch bei jedem Lebensmittel
die Frische, es ist das so besser.
Ja, absolut.
Ich möchte mit dir im Gespräch
international ein bisschen schauen.
Ich glaube, das wissen wir
die wenigsten ein.
Du wirst es ein bisschen kennen.
Wie ist das in andere Länder?
Der ganze Snackmarkt,
auch das Thema Chips,
Spanien,
in den Nordländern ist das überraschend beliebt
wie bei uns?
Wie renken wir uns da in Österreich?
Wenn wir das Mittelmaß hernehmen,
dann sind wir ungefähr in der europäischen
Mittelmaß von der Konsumtion
von den Snackartikeln, Krabartikeln.
Ausreißer ist natürlich okay.
Großbritannien,
also die essen weitaus mehr.
Salzmeer.
Weitaus mehr, also dreimal so viel.
Amerika ist noch viel weiter.
Wir sind in europäischen
Mittelmaß drinnen,
leicht steigend,
jedes Jahr aber weit weg
von England,
weit weg von Amerika,
weit weg von der Konsumtion.
Gibt es eine Art Prokopferbrauch?
Es gibt ein Prokopferbrauch,
der wird auch gemessen.
Da haben wir immer unsere Zahlen da legen,

[Transcript] Wer nichts weiß, muss alles essen / #154 Knappe Knabberware? | Markus Marek

wo wir schauen, wo ist man da,
wer wächst, wer wächst,
aber wir sind durchschnittlich.
In Europa, was gut ist,
sage ich jetzt,
bei uns ist,
bei uns ist es ein bisschen größer
als in manchen westeuropäischen
Ländern, da gibt es sehr, sehr schöne Vergleiche.
Österreich ist zum Beispiel
in Deutschland, also chips
Salz ist bei uns ganz, ganz wichtig,
was ich hierher nehme in Deutschland
ist Paprika.
In Slowenien ist auch Paprika.
Schweiz ist auch Paprika.
Die essen mehr Paprika chips?
Ja, die essen mehr Paprika chips,
aber auch zwischen
Deutschland und der Schweiz gibt es
unterschiedliche Paprika,
zwischen Österreich und der Schweiz
gibt es unterschiedliche Paprika.
Sehr regional auch bei die Paprika.
Wir sind in Deutschland,
das heißt die Schweiz-Chips,
die klassischen sind die meist gegessenen Chips.
Ja, also Nummer 1 im Nilsen-Renken
sind unsere Soilette,
230 Gramm, das ist Nummer 1,
Nummer 2 kommen wir da schon die Salz-Chips.
Und die Soilette
ist auch eine Besonderheit
für Österreich, oder?
Soilette ist eine Besonderheit in Österreich,
die gibt es in Österreich,
in Slowenien gibt es das
auch in Norwegen.
Es ist auch eine Inter-Snack-Tochter
in Norwegen, die verdreht die Soilette.
Seit Jahrzehnten.
Ja, das ist cool,
wenn man mit einem norwegischen Geschäftsführer

redet und sagt, wie geht es dann mit der Solette, super. Aber das heißt, wenn ich dir so zuher, trotz dieser Herausforderungen, auch jetzt mit der Kartoffel, gleich so jetzt haben wir genug zur Verfügung, dir macht es trotzdem Spaß und du wirst die nächsten Jahre durchaus noch länger.

Ja, das hoffe ich. Spaß machen tut es, weil natürlich jeder hat einen Auf und ein Ab. Weil wenn man es da mit den Firmen reinkommt, dann kommt jeder her, das haben wir nicht, das haben wir nicht. Das ist jeden Tag ein Challenge, aber ich sage ganz, ein gutes Team gehört dahinter und die Leidenschaft. Das war immer so, ich habe von der Nestle gelernt und kennengelernt, unser Tier ist unsere Leidenschaft und von mir ist Knabbergebeck und Kelli meine Leidenschaft und die Kolleginnen und Kollegen, das funktioniert super, das tagt man.

Ja, ich glaube, dann ist man wirklich erfolgreich, wenn man wirklich voll dahinter steht.

Du solltest dahinter stehen und das Wichtigste ist, du musst gerne in die Firma kommen.

Aber das heißt, du schaust grundsätzlich, dass du nicht im Homeoffice bist so wie bei deinem Team, schaust du da eher, dass du versuchst, das in die Firma zu bringen?

Also ich versuche es, dass ich kommen kann.

Nein, das ist wirklich so.

Das ist eine gute Antwort.

[Transcript] Wer nichts weiß, muss alles essen / #154 Knappe Knabberware? | Markus Marek

Aber natürlich gibt es bei Homo
uns Homeoffice da,
ich sage es eins, wenn jemand ein Kind hat
und der hat am Nachmittag ein Kindergarten
Aufführung oder muss es abholen
und es gibt manche Teilbereiche,
die kann es vom Homeoffice sehr gut machen.
Nur für den Team die Danke.
Zusammenarbeit
zwischen Abteilungen
Marketing, Sales,
Planung, Finanz
das geht ein bisschen,
was verloren in Homeoffice.
Also kein Gegner vom Homeoffice,
aber es sollte halt
ein Team und ein Spirit
kannst du nur im Office
bilden, wo du da gemeinsam was machst.
Wo es gemeinsam
der Café holt, wo es gemeinsam ratscht
und das Schöne ist
du erfährst ja vom anderen auch viel mehr.
Du erfährst ja wie geht es dir an,
wie war es Wochenende,
wo geht es in Urlaub hin etc.
Das ist ja menschlich,
und je besser ich meinen Mitarbeiter,
meinen Kollegen und meinen Kollegen kennen,
desto besser ist doch die ganze Zusammenarbeit.
Je mehr ich weiß
was im Marketing passiert,
was im Verkauf passiert,
was im Export, was in den Finanz passiert,
das ist ja
Homeoffice nicht zu vergleichen.
Also ich muss sagen, ich erlebe es
mit sehr viel Firmenchefs was ich red
und natürlich bei uns selber
sobald das Homeoffice zu viel wird
geht es wirklich viel Team Spirit verloren.
Und das wirkt sich dann
aus Unternehmen aus, also das ist

ganz klar, ich glaube auch, dass wertvoll
Warn ist, und sicher genutzt
werden sollt und kann, aber
man soll es nicht übertreiben glaube ich.
Ja, ich muss auch sagen, also wenn ich
eine Planung mache, fünf, sechs Stunden
über Ex-Listen, das was ich überhaupt
nicht mag, aber manchmal ist es
wirklich notwendig,
entweder ich sperre mit meinem Büro ein,
aber ich spare mir dann
die Zeit von Boden
in 22 Stunden wieder durch,
eineinhalb Stunden
und setze diese Zeit eineinhalb Stunden
dann wertvoller mit meiner Familie
auch ein. Ja, ist auch schön, schau.
Ein schönes Schlusswort, glaube
Markus, wir sind von der Zeit
schon wieder
im anderen Bereich angelangt, aber
ich denke,
diese Produkte haben es definitiv auch verdient
vor allem auch, wie ich sage, mit dieser
Auslobung und auch mit dieser
ja, Schau,
Bekanntnis zu Österreich, das finden
die total schön.
Da kannst du ja mal auftreten bei verschiedenen
Events, ein bisschen als Botschafter für so was,
weil, wie ich sage,
mit dort auf dich das Herz weh waren so
typisch gestandene österreichische Marken
ich sage das Wort nicht,
was ich mir denke, aber einfach,
denen es völlig egal ist, wo dann die
Rohstoffe herkommen, aber
irgendwie groß versuchen,
Österreich darzustellen, und das finde ich halt
schaut, weil, man kann
da ein bisschen durchgängiger werden. Ihr sagt
es, du bist es, und deshalb
weiß man auch echt, das wert

[Transcript] Wer nichts weiß, muss alles essen / #154 Knappe Knabberware? | Markus Marek

und wollte dich unbedingt bei mir haben.
Auch das haben wir Herz und Zahn, weil
das ist vielleicht ein Produkt, wo man es gar nicht
so macht, wo man vielleicht gar nicht so
draufschaut im ersten Moment,
und dann ist plötzlich aber alles aus Österreich,
und das finde ich echt cool.
Danke, Hannes, für die Einladung.
Danke fürs dabei sein,
und ich freue mich wieder, wenn es
nächstes Mal wieder mit dabei saßt, wenn es
wieder heißt, wer nichts weiß, muss alles
essen. Danke, und danke Markus.
Ciao, danke für die Einladung.
Copyright WDR 2021