

Vandemoortele: Österreich bleibt Kerngebiet

Die Corona-Krise bremst das Vandemoortele-Geschäft. Insgesamt konnte die Gruppe im abgelaufenen Jahr rund 1,2 Milliarden Euro erwirtschaften. Ein Minus von rund 13 Prozent. „Auch in Deutschland und Österreich waren die Geschäfte rückläufig“, so Robert Maaßen, Country Commercial Manager Österreich und Deutschland gegenüber REGAL. Dennoch: Der Austro-Markt ist Kerngebiet für Vandemoortele. „Wir arbeiten kontinuierlich an der Weiterentwicklung unseres Geschäftes und vertreiben unsere Produkte im Bereich Foodservice, Retail und Handwerksbäckerei.“ Dabei kristallisieren sich vor allem die Produktgruppen Pastry, Donuts und Brot als wesentliche Türöffner heraus. „Wir konnten in den letzten Jahren deutliche Wachstumsschritte mit un-

seren Produkten aus den Ursprungsländern Italien und Frankreich verzeichnen und weitere Marktanteile gewinnen.“

Über 500 Produkte aus dem TK-Bereich sowie über 150 Artikeln aus dem Bereich Margarine, kulinarische Öle und Fette bietet Vandemoortele an. Zuletzt zeigt die Gruppe mit einigen Innovationen auf. „Mit unserer Essential-Range haben wir unsere Produktpalette im hochwertigen Bereich Brötchen und Baguette-Stangen, mit natürlichem Ursprung im Steinofen gebacken, präsentiert. Mit unserer internationalen Range mit Croissants aus Frankreich und herzhaften Produkten, haben wir weitere wichtige Bausteine in unser Produktportfolio aufgenommen.“ Für die Impuls-Käufe steht ein Schinken-Käse-



Robert Maaßen, Country Commercial Manager Österreich und Deutschland

Croissant parat, dazu wurde im süßen Bereich die „my crafties“-Range präsentiert.