

MIT BREZELN UM DIE WELT

Der Schweizer Konzern Valora plant die Eröffnung von neuen internationalen Brezelkönig-Shops. Das Erfolgsrezept der hochfunktionalen, kleinflächigen Stores: Frische, Qualität und Top-Lagen. Nach dem erfolgreichen Beginn der Zusammenarbeit mit institutionellen Franchisenehmern folgt jetzt der länderübergreifende Roll-out.

Zu den Food-Service-Konzepten der Valora Gruppe mit Hauptsitz in der Schweiz gehören die Marken Brezelkönig und Ditsch. Auf hochfrequenten Kleinflächen von rund 20 Quadratmetern werden Spitzenumsätze erzielt. Das Erfolgsrezept der Brezel-Shops steht auf zwei Beinen: Frische und Top-Lage. Die Brezeln aus eigener Produktion werden direkt in den Verkaufsstellen gebacken, sodass sie stets frisch sind. Diese am Geruch und auf der Zunge spürbare Frische lockt die Kunden an und bedient den nachhaltigen Trend zum Grab & Go-Konsum. Damit schließt die international beliebte Brezel offenbar eine Lücke auf der Speisekarte. Die klassische Brezel mit Butter, Schinken und / oder Käse kitzelt die Gaumen und ist ein Genuss, den sich internationale Kunden jeden Alters heutzutage gern gönnen. Das in Jahrzehnten ausgereifte Brezel-Verkaufskonzept empfiehlt sich somit als ein ideales Modul für die noch vorhandenen Lücken in den Einkaufszeilen oder an den Verkehrsknotenpunkten wie Bahnhöfen oder Flughäfen. Derzeit besetzen Ditsch und Brezelkönig schon mehr als 280 Standorte, vornehmlich an Hochfrequenzlagen in Deutschland und

der Schweiz. Künftig soll primär Brezelkönig die weitere Internationalisierung und Multiplizierung des erprobten Geschäftsmodells vorantreiben.

Erste Franchise-Standorte am Flughafen in Wien und Genf

Die Brezelkönig International AG (BKI) bietet interessierten Franchisenehmern die Möglichkeit, das Erfolgskonzept international zu multiplizieren und dabei von der Expertise des Marktführers im Brezelgeschäft zu profitieren. Die ersten Franchise-Filialen für das ehrgeizige Projekt fanden sich schnell. „Mit zwei institutionellen Franchisenehmern betreiben wir je ein erfolgreiches Mobilo am Flughafen Wien Schwechat und am Flughafen Genf“, erläutert Andreas Klensch, Head Brezelkönig International und Bereichsleiter Filialen der Brezelbäckerei Ditsch. Als erster Franchise-Partner in Österreich konnte der Verkehrsgastronomiekonzern SSP – The Food Travel Experts gewonnen werden. Die Eröffnung fand Mitte November 2017 am Flughafen Wien Schwechat statt. Andreas Klensch vermerkt: „Mit SSP haben wir einen ersten starken institutionellen Franchise-Partner gefunden, der die Positionierung unseres jahrzehntelang erfolgreichen

Brezelkonzepts an Hochfrequenzlagen in Österreich unterstützt. Vom Eröffnungstag an lagen wir deutlich über unseren Erwartungen.“

Autogrill, der größte Anbieter von Flughafen-gastronomie in der Schweiz, setzt in seiner Wachstumsstrategie vermehrt auf starke Marken an Standorten mit hoher Frequenz. Eine erste mobile, von Autogrill Schweiz als Franchisenehmer geführte Brezelkönig Verkaufseinheit eröffnete am Flughafen Genf vor dem Foodcourt in unmittelbarer Nähe zu den Sicherheitskontrollen.

Europaweite Expansion geplant

Nach der erfolgreichen Gewinnung erster Franchise-Partner soll nunmehr der internationale Roll-out auf breiter Front in Europa folgen. Der Weg zur internationalen Marktführerschaft zusammen mit starken Partnern ist klar vorgezeichnet. „Valora ist überzeugt, dass Partnerschaften mit etablierten und erfahrenen Systemgastronomen der richtige Weg sind, um die internationale Expansion mit diesem Food-Format rasch voranzutreiben. Unsere Wunschpartner verfügen über viel Franchise-Knowhow, und wir bieten mit Brezelkönig eine perfekte Ergänzung des Markenportfolios von Multi-Brand-



Betreibern“, erläutert BKI-Head Klensch. Die Grundlage für den konsequent umgesetzten Weg zur internationalen Marktführerschaft im Bereich Laugenbackwaren legte eine strategisch ebenso gut vorgedachte Einkaufspolitik von Valora. Im September 2012 kaufte der im klassischen Kioskgeschäft groß gewordene Konzern die Mainzer Brezelbäckerei Ditsch mitsamt ihrer Schweizer Tochtergesellschaft Brezelkönig. Brezelkönig hatte damals in der Schweiz 38 Standorte und die Brezelbäckerei Ditsch in Deutschland 195. Die Firmenübernahme katapultierte Valora in eine Führungsposition in den deutschen und Schweizer Märkten.

Der dritte Stein im Brezel-Puzzle

Markenvater von Brezelkönig ist der Eidgenosse Stephan Bosshard. Seine wachstumssträchtige Geschäftsidee, die vor über vier Dekaden mit einem ersten Brezelstand in Zürichs Innenstadt Premiere feierte, machte ihn wie später Ditsch unternehmerisch äußerst erfolgreich. Ihrem Puzzle-Strategie-Kurs, zusammen zu fügen, was zusammen passt, blieb Valora weiterhin treu. Zu Beginn 2017 übernahm Valora die amerikanische Firma Pretzel Baron mit Sitz in Cincinnati

im US-Staat Ohio. Damit baute Valora das stark wachsende B2B-Geschäft mit einer eigenen Produktionsstätte in den USA weiter aus und stärkte ihre Marktposition als eine der weltweit führenden Produzenten von Laugengebäck. „Die US-Produktion umfasst heute eine Produktionslinie und produziert eine typische „Deutsche Brezel“ auf sehr hohem Qualitätsniveau und passt deshalb äußerst gut zur Markenwelt von Ditsch und Brezelkönig“, erklärt Andreas Klensch. Bislang belieferten die beiden deutschen Produktionsstätten in Oranienbaum und Mainz die USA. Seit der Übernahme wird nun neben den deutschen Standorten auch vor Ort produziert.

Derweil gibt BKI-Head Klensch mit seiner Mannschaft Vollgas beim Roll-out mit Fokus auf Europa. Keine Frage: Die Franchise-Marke Brezelkönig birgt noch viel Potenzial. Doch zunächst gilt es, die nächste Wegmarke zu passieren und die Partnerschaften mit Franchisenehmern auszubauen. „Für die anstehende Expansion sind vor allen institutionelle Franchise-Partner willkommen, aber auch regionale Partner mit Zugang zu Hochfrequenzlagen“ bekräftigt BKI Head of Franchise International Florian Dermühl.

FAKTEN ZU BREZELKÖNIG UND BREZELBÄCKEREI DITSCH

Anzahl Filialen:

*Ditsch: 220 Filialen in Deutschland
Brezelkönig: 64 Filialen in der Schweiz und international*

Franchise Rahmenbedingungen:

*Initial Fee 16.000 Euro
Management Fee 6 Prozent
Marketing Fee 1 Prozent*

Kontakt:

Brezelkönig International AG
Florian Dermühl
Head of Franchise International
Mobil: +49 151 21 280 180
florian.dermühl@brezelkoenig.com

