



MARKT

Kelly - ein österreichisches Unternehmen amerikanischer Prägung gegründet im Jahr 1955 vom Amerikaner Howard Morse Kelly und Herbert Rast - ist mit dem Markenportfolio in Österreich Marktführer und Teil des erfolgreichen europäischen Snack-Netzwerkes der Intersnack Gruppe. Kelly gilt als absoluter Spezialist im „Savoury Snack Business“. In kompetitiven Märkten mit stark zunehmendem Marktdruck und ständig wechselnden Marktsituationen können sich nur starke Marken erfolgreich durchsetzen. Nur wer den Konsumenten ständig beobachtet und auf seine Bedürfnisse eingeht, kann langfristig sein Vertrauen gewinnen. Die Markenkraft von Kelly's beweist Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Orientierung für den Konsumenten. Die internationalen Snackmärkte zeichnen sich durch eine große Vielfalt, ständige Neuerungen und damit eine ungebrochene Dynamik aus. Die besten Plätze in den Snackregalen werden nur an Marken mit einem klaren, einzigartigen Profil vergeben. Das Marktsegment „Savoury Snacks“ zeigt zudem ein ständiges Wachstum, das in Österreich vor allem durch Innovationen aus dem Hause Kelly getrieben wird. Mit einem



Marktanteil von rund 63 Prozent kommt kaum ein Konsument an den „knistenden“ Produkten von Kelly vorbei. Kelly ist als Management Unit innerhalb der Intersnack Gruppe verantwortlich für Österreich, Slowenien und den adriatischen Raum, Italien und Schweiz.

- 1980 Neuzubau des Zentrallagers Wien. Neubau der Chipsproduktion Hollabrunn mit Verdreifachung der Kapazität
- 1985 Erwerb der Feldbacher Backwarenfabrik durch Kelly
- 1992 Erwerb und Aufstellung der größten und modernsten Backstraße Europas für Soletti in Feldbach
- 1993 Eingliederung der Nussproduktion in die Kelly Ges.m.b.H.
- 1996 Fertigstellung des Logistik- und Verwaltungszentrums in Wien
- 2001 Kelly trennt sich von Bahlsen
- 2003 Kelly übersiedelt die Chipsproduktion von Hollabrunn nach Wien und erlangt damit als Produktionsstandort Europareife
- 2008 Kelly wird Teil des europäischen Snack-Netzwerkes der Intersnack-Group und ist damit für die Marken Kelly's, Soletti, funny-frisch, POM-BÄR, Chio und ültje in Österreich, Italien, Schweiz und im adriatischen Raum verantwortlich.

GESCHICHTE

- 1955 Gründung der American Popcorn Company durch Howard M. Kelly und Herbert Rast
- 1966 Errichtung einer eigenen Chipsfabrik in Hollabrunn
- 1971 Liefer- und Bezugsvertrag mit Fa. Hochhauser für Salzstangen
- 1976 Kelly erwirbt die Hollabrunner Chipsproduktion

PRODUKT

Dank der großen Sortimentsvielfalt gibt es für jeden Geschmack und jeden Anlass das passende Produkt. Kelly's Chips mit dem einzigartigen AIRPACK® werden aus österreichischen Kartoffeln von heimischen Bauern unter strengsten Qualitätskriterien und Sortenvorgaben hergestellt. Damit sind garantierte Frische wie am ersten Tag und

First American Popcorn Company



1955

1962

1970

1990

1998

2003

2009

hoher Bruchschutz gewährleistet. Kelly's Sunland Farm Chips – die etwas dickeren Chips mit der Schale, im Salzbad verfeinert und nach dem Originalrezept von George Crum aus dem Jahr 1852 sind besonders knusprig.

Zart-knusprige, luftig-leichte Snacks in verschiedenen Formen mit einmalig zartem Biss – das Segment Extruder mit Snips, Zigeunerräder, Sing-Sing und Pizza-Rolls bringt Abwechslung ins Snackregal. Mit Popcorn hat Kelly begonnen. Die Kelly Popstars reichen von Fertigpopcorn über Rohpopcorn bis hin zu Mikrowellen-Popcorn in verschiedenen Geschmacksvarianten. Die neuen Kelly PopcornChips schmecken wie Popcorn und sind knusprig wie Chips mit Ecken und Kanten, haben sich in kürzester Zeit am Markt etabliert. Kelly's ist DIE ERDNUSSMARKE. Nur die größten und besten amerikanischen Erdnüsse kommen bei Kelly's in die Packung. „American Quality“ ist garantiert. Mit den würzigen Kelly's Mexicanos – Tortilla Chips und Salsa Dip Sauce rundet Kelly sein Sortiment ab.

Zum Erfolgskurs von Kelly gehören auch gezielte und langfristig den Markt belebende Innovationen, wie z.B. die Kelly's Chips-Party, die weltweit erste Packung, die die Schüssel ersetzt.



MARKENWERT

Durch eine konsequente Markenpflege zählt Kelly's damit zu den beliebtesten Top-Marken in Österreich. Der Pro Kopf Verbrauch von salzigen Snacks in Österreich konnte bislang auf mittlerweile 3,91 Kilogramm gesteigert werden. Die Marke Kelly's hält die Marktführerschaft, weil sie seit 60 Jahren geführt und gepflegt wird. Mehr als 97 Prozent Bekanntheitsgrad und höchste Sympathiewerte bestätigen dies.

Mit der einzigartigen „American Quality“ und mit dem effizienten Produktions- und Logistikverfahren wird dieses Ziel erreicht. Mit dem Grundsatz „Geht nicht, gibt's nicht!“ ist Kelly zu seiner heutigen Größe gewachsen. Denn Kelly ist es gelungen, über Jahrzehnte hinweg kontinuierlich eine Marke mit gefestigter und gelebter Positionierung zu schaffen. Durch die Markenbotschaft des „American Way of Snacking“ hat sich beim Konsumenten ein klares und eindeutiges Markenbild verankert, unabhängig davon, ob es sich um junge Menschen oder Senioren handelt. Die hohe Wertschöpfung im Inland ist nicht nur eine Unternehmensphilosophie, sondern trägt auch wesentlich zur Erhaltung der Arbeitsplätze bei. Darin liegt die Kraft der Marke und damit verbunden die hohe Profitabilität des Unternehmens. Betrug der Umsatz hierzulande im Jahr 1955 umgerechnet 43.531 Euro, wuchs er 2015 bereits auf 163,3 Millionen Euro an. Das bedeutet ein Umsatzplus zum Vorjahr von 6,6 Prozent. Dieses Ergebnis erreichte Kelly mit 318 Mitarbeitern. Das Verkaufsvolumen lag bei 27.300 Tonnen. Der Standort Wien produziert mit einer Kapazität von 21.000 Tonnen Kartoffelchips und Sticks, Extruder, Pellets und Popcorn.

MARKETING UND UNTERNEHMENSIDENTITÄT

Kelly's als Dachmarke steht für Spaß, Fun und Action und vermittelt den typischen amerikanischen Lifestyle. Kelly's inszeniert in allen Marketingaktivitäten das „Knistern im Leben“. Mit einem integrierten Kommunikationskonzept, wo jedes Produkt mit seinem individuellen Nutzen und seiner Besonderheit – auch im Regal des Lebensmittelhandels – tagtäglich die Konsumenten überzeugen muss, trägt Kelly's diesem Anspruch Rechnung. Bei der Marktkommunikation wird vom Packungsdesign bis zum Fernsehspot ein sympathisches Entertainment- und Knabberfeeling vermittelt. Die typischen und einzigartigen Produktdesigns, der attraktive Auftritt am POS und die einzigartige Qualität der Produkte machen die Marke unverwechselbar. Fun & Entertainment



prägen seit Jahrzehnten die Markenwerte. Herbert Prohaska, der österreichische Jahrhundertfussballer, ist Testimonial für Kelly's. Man kennt ihn auch als Chefanalytiker im Fußball aus Fernsehen und Zeitungen. Er liebt die Produkte, identifiziert sich mit ihnen und ist damit authentischer und humorvoller Botschafter der Marke.

Ein weiterer wesentlicher Erfolgsfaktor der Marke Kelly's liegt im konsequenten Leben der Marke seitens der Mitarbeiter des Unternehmens, des Managements, was auch im Leitbild verankert ist. Kelly nimmt seine Verantwortung für die Gesellschaft seit vielen Jahren ernst. Sponsoringprojekte, wie z.B. die Unterstützung der Cliniclowns, des Rotes Kreuzes und von Green Care sind ein Beweis für die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens.

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- KELLY'S CHIPS WERDEN ZU 100 PROZENT AUS ÖSTERREICHISCHEN KARTOFFELN UND IM WERK IN WIEN 22 PRODUZIERT.
- KELLY'S CHIPS SIND MIT DEM TÜV-SIEGEL ZERTIFIZIERT UND DIE KARTOFFELN KÖNNEN ANHAND DER VERPACKUNG BIS ZUR HERKUNFTSREGION ZURÜCKVERFOLGT WERDEN.
- KELLY'S CHIPS WERDEN IN HOCHWERTIGEM HOSSO SONNENBLUMENÖL FRITTIERT.
- KELLY'S VERZICHTET AUF GESCHMACKSVERSTÄRKER UND SETZT NUR MSG-FREIE GEWÜRZE EIN.
- BEI KELLY'S PRODUKTEN WIRD HEIMISCHES SALZ VERWENDET.
- ALLE KELLY'S PRODUKTE SIND TRANSFETTSAUREFREL.