



# Crunch-Gefühl mit jedem Happen

Mit Ovo Break gewinnt Ovomaltine den «Promarca Star of the Year 2024»-Award.

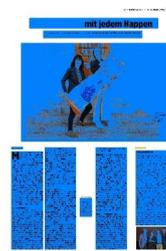


Grosse Freude bei der **Wander AG** für die Auszeichnung von Ovo Break.

WILMA FASOLA

**M**it Ovomaltine kannst du es nicht besser. Aber länger.» Wohl jeder Schweizer, jede Schweizerin kennt diesen Spruch, und viele haben ein Produkt des Schweizer Unternehmens zu Hause. Seit 120 Jahren auf dem Markt, wurde das Portfolio der Marke konstant erweitert. «Mit jedem neuen Produkt schaffen wir für die Konsumentinnen und Konsumenten ein einzigartiges Erlebnis, das von unserem unverwechselbaren Ovo-Geschmack geprägt ist», sagt Christi-

na Kieni Römer, Direktorin Marketing der Wander AG. «Auch unsere Handelspartner schätzen den Mehrwert, den wir durch unser erweitertes Sortiment in den jeweiligen Kategorien bieten.» Dabei ist die Nähe zur Kundschaft wichtig. «Bevor wir ein neues Produkt entwickeln, setzen wir uns den Hut der Konsumentinnen und Konsumenten auf», erklärt die Marketingexpertin. «Wir beobachten ihr Verhalten und sprechen regelmässig mit ihnen.» In Workshops geht es dabei um das Ess- und Trinkverhalten der Menschen und ihr



Konsumverhalten im Allgemeinen.

### Genuss für unterwegs

Dank diesen umfassenden Customer-Insights wurde auch Ovo Break entwickelt. Ein «crunchiges» Produkt, das nun den «Promarca Star of the Year 2024»-Award gewonnen hat. «Die Inspiration für Ovo Break entstand aus einem ganz alltäglichen, aber sehr besonderen Moment, den viele Schweizerinnen und Schweizer nur zu gut kennen: das morgendliche Ritual, den Ovomaltine-Crunchy-Cream-Brotanstrich auf frischem Brot zu geniessen», sagt Andrea Schwab, Leiterin Consumer Experience & Innovation bei der Wander AG. «Dieser unverwechselbare Geschmack, den unsere Konsumentinnen schon seit langem lieben, ist fester Bestandteil auf vielen Frühstückstischen.» Intern bei der Wander AG kam daher die Frage auf: Wie lässt sich dieser Genuss auch unterwegs erleben? Die Antwort war: Ovo Break.

«Was den Ovo Break besonders macht, ist sein einzigartiger Ovo-Geschmack und die aussergewöhnliche Textur: Schicht für Schicht trifft man auf feine Schokolade, eine leichte, knusprige Waffel und die crunchig-cremige Ovomaltine-Crunchy-Cream-Füllung», erklärt Andrea Schwab. «Diese Kombination sorgt für ein einzigartiges Snackerlebnis, das es so auf dem Markt nicht gibt.» Und Christina Kieni Römer ergänzt: «Der Ovo-Break-Riegel wurde primär für eine jüngere Käufergruppe entwickelt, die auch unterwegs nicht auf Ovomaltine Crunchy Cream verzichten kann. Das sind junge Erwachsene zwischen 18 und 33 Jahren, die einen aktiven Lebensstil pflegen und entsprechend Energie brauchen, um das Leben in vollen Zügen zu geniessen.»

### Gesundheit im Fokus

Grundlage für Produktinnovationen ist die lange Traditionsgeschichte der Marke Ovomaltine. Bereits im Jahr 1865 machte sich der Apotheker Dr. Georg Wander auf die Suche nach einem Produkt, das die damals weit verbreitete Mangelernährung lindern sollte. Dabei setzte er auf ein lang bewährtes Heilmittel: Malz. Es gelang ihm, die Malzwürze mittels eines speziellen Vaku-

umverfahrens haltbar zu machen, und so konnte Kindern, Kranken, Schwangeren und jedem, für den ein kraftvolles Aufbauprodukt wichtig war, ein passendes Produkt zur Verfügung gestellt werden. Denn genau das war die Ovi in ihren Anfängen: ein medizinisches Präparat.

In den Folgejahren entwickelte der Sohn von Georg Wander, Albert Wander, das Produkt weiter und verfeinerte den Geschmack durch die Beimischung von Kakao, Milch und Ei. 1904 kam dann die Ovomaltine auf den Markt, und auch immer mehr gesunde sowie aktive Menschen fanden Gefallen daran. Anfang des 20. Jahrhunderts wurden die ersten Verkaufdepots in Italien und England errichtet. 1965 buchte die Wander AG als eine der ersten Schweizer Firmen einen Werbespot im Schweizer Fernsehen. Der Werbe-

### Produkte

wurden im letzten Jahr neu im Schweizer Markt lanciert; Ovo Break gehört dabei mit zu den umsatzstärksten.

spruch «Häsch Dini Ovo hüt scho ghaa?» verbreitet sich schnell.

### Kulturelle Unterschiede im Geschmack

«Ovi» ist heute für viele Menschen weltweit ein Genuss. Jedoch in unterschiedlichen Rezepturen. Dazu Christina Kieni Römer: «In Neuenegg produzieren wir Ovomaltine für die Schweiz und Europa. Geschmäcker sind bekanntlich verschieden, entsprechend ist die europäische Rezeptur leicht süsser als die Schweizer Ovo.» Analysen haben ergeben, dass die Vorlieben und Bedürfnisse der Konsumentinnen, aber auch die Verträglichkeit der Zutaten rund um die Erde unterschiedlich sind. Auch wird die Ovo in anderen Ländern anders genossen. «Die Ovomaltine wird in Thailand mehrheitlich mit Wasser angemacht, und auch in England trinken die Konsumenten ihre Ovomaltine mit Wasser», sagt dazu die Marketingexpertin. Geht es um die Entwicklung neuer Produkte, muss jede Innovation strenge Kriterien erfüllen. Selbst wenn die

Idee begeistert, kommt ein Produkt nur auf den Markt, wenn es den Ovomaltine-Geschmack und die Qualität perfekt widerspiegelt. So bleibt Wander der Tradition treu und passt sich modernen Bedürfnissen an; man bleibt authentisch und setzt auf nachhaltige statt auf schnelle Trends.

### Konstante Weiterentwicklung

Wie in jedem Unternehmen ist auch bei der Wander AG das Thema Nachhaltigkeit wichtig. «Ovomaltine wird in der Schweiz produziert, und auch die Rohstoffe beziehen wir, wenn immer möglich, aus der Nähe. Wir setzen Schweizer Rapsöl statt Palmöl ein, und unser Kakao ist Rainforest-Alliance-zertifiziert», erklärt Christina Kieni Römer. «Ausserdem sind wir gefordert, unseren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck kontinuierlich zu reduzieren. Sei es im Verpackungsbereich, wo wir ressourcenschonenderes Material einsetzen und laufend alternative Verpackungen prüfen und analysieren, oder beim Bezug von Strom, welcher aus erneuerbaren Energien stammt, unter anderem 10 Prozent aus der eigenen Photovoltaikanlage.»



## Ausgezeichnet

«Promarca Explorer of the Year» und «Promarca Star of the Year» – zwei wichtige Awards des Markenverbands.

Promarca wurde im Jahr 1929 gegründet und ist der führende Verband der Markenartikelhersteller in der Schweiz. Er vertritt über hundert Mitgliedsunternehmen aus verschiedenen Branchen, fördert deren wirtschaftliche Interessen, unterstützt Innovation und Qualität und setzt sich für nachhaltiges Wirtschaften ein. Intern sieht man sich als Plattform für Informationsaustausch und organisiert Veranstaltungen, unter anderem den Tag der Marke oder das Promarca Forum. Durch die Veröffentlichung von Studien und Berichten zu relevanten Branchenthemen fördert Promarca auch die Weiterbildung der Mitglieder.

Einmal im Jahr zeichnet der Verband mit dem «Promarca Star of the Year» die erfolgreichste Markenlancierung des Jahres aus. Basis sind dabei die Detailhandelspanels des Consumer-Intelligence-Unternehmens Nielsen IQ, das die umsatzstärksten Produktinnovationen evaluiert. Im Rahmen einer repräsentativen Onlinekonsumentenbefragung können die Teilnehmenden entscheiden, welches das beste neu lancierte Produkt des Jahres war.

Parallel wird auch der «Promarca Explorer of the Year» bestimmt. In diesem Fall entscheidet eine unabhängige Jury über den Sieger, der in ihren Augen die überzeugendste wegweisende Innovation des Jahres getätigt hat. Vergeben wurde der Award am Promarca Forum in Interlaken am 14. und 15. November 2024.



Tolle  
Anerkennung:  
Ein Promarca-  
Award.