



„GEBT DEN MENSCHEN NAHRUNG, DIE IHR SELBST EUREN EIGENEN KINDERN GEBEN WÜRDET.“

| Pietro Barilla |



MARKE

Barilla steht für authentische italienische Produkte mit außergewöhnlich gutem Geschmack und hoher Qualität.

Die Identität der Marke ist im italienischen Lebensstil und in der mediterranen Ernährungsweise verwurzelt. Seit 1877, also seit genau 140 Jahren, ist Barilla als italienisches Familienunternehmen davon überzeugt, dass Essen eine freudige, gesellige Erfahrung ist. Geschmack und gemeinsames Genießen spielen eine wesentliche Rolle. Zusammengehörigkeitsgefühl, Leidenschaft, Mut und Neugier inspirieren das unternehmerische Verhalten und charakterisieren auch seine Mitarbeiter. So hat Barilla seine Entwicklung seit jeher mit dem Wohl der Menschen und Gemeinschaften, in denen es tätig ist, verbunden. Barilla ist vom mediterranen Ernährungsmodell überzeugt und verarbeitet ausschließlich Zutaten und Grundprodukte von erstklassiger Qualität zu einfachen traditionellen Rezepten, um damit ein einzigartiges Erlebnis für alle fünf Sinne zu schaffen.

GESCHICHTE

Barilla wurde 1877 von Pietro Barilla Sr. als Brot- und Teigwarengeschäft in Parma gegründet. Sein Sohn Riccardo ließ 1910 die erste Marke kreieren und eröffnete die erste Pastafabrik, in der 80 Mitarbeiter acht Tonnen Pasta und zwei Tonnen Brot pro Tag herstellen konnten. In dritter Generation wurden unter Pietro Barilla moderne industrielle Produktionssysteme eingeführt und eine intensive Vermarktungsstrategie vorangetrieben. In den 1950er-Jahren wurde bereits die charakteristische Kartonverpackung für Pasta eingeführt. 1969 wurde die weltgrößte Pastafabrik in Pedrignano eröffnet, in der bereits damals 1.000 Tonnen Pasta pro Tag produziert werden konnten. Seit 1993 wird das Familienunternehmen in vierter Generation von den drei Barilla-Brüdern Guido, Luca und Paolo geleitet, die seither die Internati-

onalisierung vorangetrieben und verschiedene Akquisitionen, wie z. B. Wasa getätigt haben. In Österreich gibt es seit 1997, also genau seit 20 Jahren, eine eigene Vertriebsorganisation. Seit 2002 hat die Barilla Austria GmbH ihren Sitz in Innsbruck. Barilla ist die führende italienische Teigwarenmarke unseres Landes und auch Marktführer in den Bereichen Sugo und Pesto sowie Marktführer im Bereich Knäckebrot mit der Marke Wasa. Roger Federer, der vielleicht beste Tennisspieler aller Zeiten, ist seit Mitte 2017 Partner von Barilla und weltweiter Werbebotschafter für Barilla Pasta, Sughi und Pesti. Außerdem ist man speziell in Österreich auch sehr stolz auf die bereits mehrjährige Zusammenarbeit mit der derzeit wohl besten alpinen Skirennläuferin der Welt, Mikaela Shiffrin. Die erst 22-jährige ist als Gesamtweltcupsiegerin 2016/17, vierfache Slalom-Weltcupsiegerin sowie Olympiasiegerin und dreifache Weltmeisterin eine ideale Werbeträgerin für Barilla in der Skination Österreich.

PRODUKTE

Barilla ist eines der führenden italienischen Nahrungsmittelunternehmen. Die Unternehmensgruppe ist weltweiter Marktführer bei der Herstellung von Pasta und in Kontinentaleuropa für Pasta-Saucen, bei Backwaren in Italien und bei Knäckebrot in Skandinavien. Jedes Jahr werden mehr als zwei Millionen Qualitätsanalysen an Produkten durchgeführt, und allein im Jahr 2016 wurden 17 neue Vollkornprodukte auf den Markt gebracht und seit 2010 mehr als 360 Produktrezepte verbessert. Barilla verarbeitete 2016 weltweit 1,2 Millionen Tonnen Hartweizen. Neben höchster Qualität legt Barilla Wert auf kurze Lieferwege und bezieht die Rohstoffe nach Möglichkeit aus der Umgebung der Produktionsstandorte. So stammten 2016 rund 70 % des eingekauften Hartweizens von lokalen Produzenten aus der Umgebung der Pasta-Werke. Barilla Sugo & Pesto wird mit 100 % italienischen Tomaten und Basilikum nach traditionellen Rezepten sowie ohne zusätzliche Farb- oder Konservierungsstoffe hergestellt. Alle Barilla-Produkte sind gentechnikfrei und beinhalten kein Palmöl. Zudem werden keinerlei Produkte von Barilla und deren Rohmaterialien irgendeiner Form von Tierversuchen unterzogen noch werden solche Versuche oder betreibende Unternehmen von Barilla unterstützt.

INNOVATION

Barilla steht nicht nur für traditionelle, italienische Produkte mit außergewöhnlich gutem Geschmack, sondern auch für die gewohnt hohe Qualität und Pasta mit „Al dente“-Garantie. Neben den bewährten Pastaklassikern in der blauen Box, die kürzlich einem Verpackungs-Relaunch unterzogen wurde, geht das Barilla-Produktsortiment stets auch auf Veränderungen der Konsumentenbedürfnisse ein. Die Anzahl der Konsumenten mit Lebensmittel-Intoleranzen nimmt stark zu, und der Trend zu „Gesundheit und Wellness“ sowie einem reduzierten Fleischkonsum ist ungebrochen. Mit der Vollkornpasta BARILLA INTEGRALE ist Barilla für viele Verbraucher seit Jahren

ein fixer Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung. Die glutenfreie Pasta BARILLA SENZA GLUTINE wird nicht nur in Zöliakie-Kreisen für den authentischen Pastageschmack sehr gelobt. Im Jahr 2017 hat Barilla sein Angebot für bewussten Genuss um weitere Produkte im Bereich Pasta und Pesto erweitert. Die BARILLA 5 KORN Pasta vereint viele gesunde Ballaststoffe und den vollmundigen Geschmack von Weizen, Dinkel, Gerste, Mais und Roggen zu einem besonderen Genuss. Auch im Pestoregal finden die Konsumenten fortlaufend neue Produkte von Barilla. Mit dem PESTO BASILICO VEGAN gibt es den Klassiker von Barilla nun auch als vegane Alternative. Es kommt ganz ohne tierische Inhaltsstoffe aus und enthält, wie alle Saucen aus dem Barilla-Sortiment, keine zusätzlichen, künstlichen Farb- oder Konservierungsstoffe. Neben der gezielten Nachfrage nach Produkten für den bewussten Genuss ist der Verzehr von besonderen Pasta-Ausformungen und Premium-Produkten stark gestiegen. Diesem Markttrend begegnet Barilla mit Produkten für besondere Anlässe. Hier bietet das Sortiment von BARILLA COLLEZIONE und ACADEMIA BARILLA, das passende Angebot an exklusiven Teigwaren für alle Pasta-Gourmets. ACADEMIA BARILLA wird z. B. aus 100 % italienischem Aureo-Weizen mit besonders hohem Proteingehalt hergestellt und durch traditionelle Bronzeformen gepresst, was zu einer sehr rauen Textur für eine perfekte Saucenhaftung führt.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Die Barilla-Gruppe führt ihr Geschäft auf Basis der Unternehmensphilosophie „Gut für dich, gut für den Planeten“. „Gut für dich“ steht bei Barilla für die stetige Verbesserung der Produkte, die Förderung eines gesunden Lebensstils und für die Verbesserung des Zugangs zu Lebensmitteln und soziale Inklusion. „Gut für den Planeten“ steht für die Förderung nachhaltiger Lieferketten sowie für die Reduktion der Treibhausgasemissionen und des Wasserverbrauchs an unseren Standorten.

2009 gründete Barilla das Barilla Center for Food and Nutrition (BCFN), ein Forschungszentrum und Think-Tank, mit dem Ziel, zukünftige Herausforderungen zu identifizieren und diese Erkenntnisse in das strategische Handeln der Barilla-Gruppe einfließen zu lassen.

Das BCFN entwickelte das Modell der DOPPELTEN PYRAMIDE (s. Abb.), das Barilla als Kompass dient und zwei unterschiedliche, aber gleichsam bedeutende Ziele verbindet: eine bewusste Ernährung und den Schutz der Umwelt. Das Modell zeigt, dass Lebensmittel mit geringerem Einfluss auf die Umwelt gleichzeitig auch jene sind, deren regelmäßiger Verzehr empfohlen wird. Hingegen sollten Lebensmittel mit stärkerem Umwelteinfluss auch nur moderat verzehrt werden. Mit der Entscheidung für eine bewusste Ernährung kann so jeder dazu beitragen, die Ressourcen auf unserem Planeten zu schonen.

Für weitere Informationen: www.barillagroup.com



WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- DIE BARILLA-GRUPPE VERFÜGT DERZEIT ÜBER 28 PRODUKTIONSSTÄTTEN, VON DENEN SICH DIE HÄLFTE IN ITALIEN BEFINDET, UND EXPORTIERT IN ÜBER 100 VERSCHIEDENE LÄNDER.
- DAS UNTERNEHMEN MIT ÜBER 8.400 MITARBEITERN PRODUZIERT JÄHRLICH MEHR ALS 1.800.000 TONNEN LEBENSMITTEL.
- NEBEN DER MARKE BARILLA SIND IN ÖSTERREICH V. A. DIE MARKEN ACADEMIA BARILLA, WASA, PAVESI UND MULINO BIANCO BEKANNT.
- WEITERS GEHÖREN DIE MARKEN HARRYS, FILIZ, YEMINA, VESTA, MISKO, VOIELLO, PAN DI STELLE UND GRAN CEREALE ZUR BARILLA-GRUPPE.

