



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 seit 2008 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 die KonsumentInnen ständig beobachtet und auf ihre Bedürfnisse eingeht, kann langfristig ihr Vertrauen gewinnen.

Die Markenkraft von Kelly's beweist Glaub-

würdigkeit, Vertrauen und Orientierung für die KonsumentInnen. 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 % kommt kaum ein Konsument an den „knisternden“ Produkten von Kelly vorbei.

Kelly ist als Management Unit innerhalb der Intersnack-Gruppe verantwortlich für Österreich, Slowenien und den adriatischen Raum, Italien und die Schweiz.

GESCHICHTE

- 1955 - Gründung der American Popcorn Company durch Howard M. Kelly und Herbert Rast
- 1966 - Errichtung einer eigenen Chipsfabrik in Hollabrunn
- 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

First American Popcorn Company



1955

1962

1970

1990

1998

2003

2009

2016

- 2001 - Kelly trennt sich von Bahlsen.
- 2003 - Kelly übersiedelt die Chipsproduktion von Hollabrunn nach Wien.
- 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, der Schweiz und im adriatischen Raum verantwortlich.

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 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.

Kelly's Riffles IT'S BIG MAN sind Chips mit großem Wellenschnitt für „echte Männer“.

Kelly's #Chips heißt die neueste Kreation vom Chipsspezialisten.

Zart-knusprige, luftig-leichte Snacks in verschiedenen Formen mit einmalig zartem Biss - das Segment Extruder mit **Snips, Zigeunerrädern, Sing-Sing, Pizza-Rolls** und **Mexican Mix** bringt Abwechslung ins Snackregal.

Mit **Popcorn** hat Kelly begonnen.

Das Sortiment Gourmet-Popcorn reicht von Fertigpopcorn über Rohpopcorn bis hin zu Mikrowellen-Popcorn in verschiedenen Geschmacksvarianten. **Kelly PopcornChips** schmecken wie Popcorn und sind knusprig wie Chips mit Ecken und Kanten und 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. 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 wurde Kelly's 2017 zur beliebtesten Marke in Österreich gewählt. Der Pro-Kopf-Verbrauch von salzigen Snacks in Österreich konnte bislang auf mittlerweile 4,02 Kilogramm gesteigert werden.

Die Marke Kelly's hält die Marktführerschaft, weil sie seit 60 Jahren geführt und gepflegt wird. 98 % 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 bei den KonsumentInnen 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. Betrag der Umsatz hierzulande im Jahr 1955 umgerechnet 43.531 Euro, wuchs er 2016 bereits auf 167,0 Millionen Euro an. Das bedeutet ein Umsatzplus zum Vorjahr von 2,2 Prozent. Dieses Ergebnis erreichte Kelly mit 318 Mitarbeitern. Das Verkaufsvolumen lag bei 27.500 Tonnen. Der Standort Wien produziert mit einer Kapazität von 21.000 Tonnen Kartoffelchips und Sticks, Extruder, Pellets und Popcorn.



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 KonsumentInnen überzeugen muss, trägt Kelly's diesem Anspruch Rechnung. Bei der Kommunikation wird vom Packungdesign bis zur multimedialen Kampagne 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.

Herbert Prohaska, der österreichische Jahrhundertfußballer, ist Testimonial für Kelly's und damit authentischer und humorvoller Botschafter der Marke.

Als besondere Wertschätzung der Marketingleistungen wurde Mag. Maria Bauernfried, seit 2003 Marketingdirector bei Kelly, von der IAA zum Marketer des Jahres ausgezeichnet.

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 Roten Kreuzes und von Green Care sind ein Beweis für die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens.



MAG. MARIA BAUERNFRIED

KELLY GMBH

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- KELLY'S CHIPS WERDEN ZU 100 % AUS ÖSTERREICHISCHEN KARTOFFELN UND IM WERK IN WIEN 22 PRODUZIERT.
- KELLY'S CHIPS WERDEN IN HOCHWERTIGEM HOSO 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 TRANSFETTSÄUREFREI.