

Spiceworld mischt mit TV-Koch Roland Trettl Gewürzbranche auf Salzburger Gewürzmanufaktur hat neuen Marktauftritt und neue Eigentümerstruktur

Die Salzburger Gewürzmanufaktur Spiceworld hat mit dem TV-Starkoch Roland Trettl nicht nur einen wortgewaltigen Markenbotschafter an Bord geholt, sondern sich auch einen komplett neuen Marktauftritt verpasst. Geschäftsführer Lukas M. Walchhofer übernimmt die Anteile von Unternehmensgründer Willi Pichler und ist nun gemeinsam mit Trettl sowie Zaltech-Geschäftsführer Helmut Gstöhl Gesellschafter der Spiceworld GmbH.

Salzburg, 16. September 2019. – Mit rund 36.000 Kunden in 25 Ländern, 160 Reingewürzen und 365 Gewürzmischungen sowie 12.000 Delikatessen rund um Essen & Genuss ist die 2005 gegründete Spiceworld bei Hobby- und Profi-Köchen mittlerweile weit über die Grenzen Österreichs hinaus bekannt. Der Einstieg von Zaltech-Geschäftsführer Helmut Gstöhl markierte 2018 den Beginn einer Neuausrichtung der Salzburger Gewürzmanufaktur. Das Ergebnis wurde heute der Öffentlichkeit präsentiert: Firmengründer Willi Pichler zieht sich aus der Eigentümerebene zurück. Die Anteile des mehrfach ausgezeichneten Gewürz-Gurus übernimmt Spiceworld-Geschäftsführer Lukas M. Walchhofer. Der oberösterreichische Gewürzhersteller Zaltech bleibt mit 60 % Mehrheitseigentümer, die übrigen Anteile hält TV-Starkoch und Erfolgsautor Roland Trettl. „Die besten Anbaugelände und Lieferanten der Welt sind uns gerade gut genug als Basis für hochwertige Reingewürze und innovative Mischungen“, gibt Trettl seine Linie vor. „Als Koch und Qualitäts-Fetischist passt die Philosophie von Spiceworld genau zu meinem Verständnis, welche Rolle Gewürze in der Kulinarik spielen und wie sie verarbeitet werden sollen. An unverfälschter und kompromissloser Qualität führt dabei kein Weg vorbei.“

Neues Branding sorgt für Wiedererkennbarkeit

Die neue Eigentümerstruktur ist aber nur eine von mehreren Maßnahmen, um Spiceworld optimal für die Zukunft zu rüsten. „Wir wollten uns weiterentwickeln und in bestimmten Bereichen noch besser werden“, so Spiceworld-Geschäftsführer und Neo-Gesellschafter Lukas M. Walchhofer. „Dafür haben wir uns bewusst Zeit genommen und ganz genau hingeschaut, wo wir punktgenau ansetzen können.“ Ein wichtiger Schritt in diese Richtung ist der neue Marktauftritt: Klar, modern und inspiriert zeigt sich die neue Farb- und Bilderwelt von Spiceworld. „Die kreative Markenidentität lässt die Leidenschaft für das Produkt spüren und sorgt mit knalligen Farben und markigen Slogans für Wiedererkennbarkeit“, erläutert Designer Christian Steinwender, verantwortlich für den kreativen Neuauftritt: „Gewürze sind weit mehr als Geschmack. Sie sind vor allem Emotion. Die transportieren wir mit dem neuen Markenauftritt und differenzieren uns so vom Wettbewerb.“

Neue Verpackungen und Publikationen

Mit einem neu designten Imageheft und einem Quartalsmagazin informiert Spiceworld Kunden und Freunde des Unternehmens künftig laufend über Gewürztrends, Produktneuheiten und kulinarische Spezialitäten aus aller Welt. Die klare Markenkommunikation setzt sich auch online fort.

Mit neuen Verpackungen bietet Spiceworld den Kundinnen und Kunden künftig qualitätsvolle und wiederverwertbare Optionen. Die Reingewürze und Gewürzmischungen kommen ab sofort in stapelbaren Weißblechdosen, die zu 99% recyclebar sind, auf den Markt. Hergestellt in Österreich punkten die Dosen mit einfachen Drehverschlüssen und optional einsetzbarem Streueinsatz.

Spiceworld: Facts & Figures

Mit rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwirtschaftet die Spiceworld einen Jahresumsatz von 3 Millionen EUR. Das Unternehmen beliefert Kunden in 25 Ländern, der Fokus liegt neben dem Heimmarkt Österreich auf Deutschland, Schweiz, Italien und Slowenien. 36.000 Privatkunden setzen auf die hochwertigen Gewürze. Außerdem zählen der Großhandel, Wiederverkäufer wie Delikatessenzentren sowie die Gastronomie zu den weiteren wichtigen Abnehmern.

160 Reingewürze und 365 Gewürzmischungen sowie 12.000 Delikatessen rund um Essen & Genuss stellt Spiceworld her. Die Produkte entsprechen höchsten Qualitätskriterien und sind frei von Glutamaten, Zusatz- und Farbstoffen. Sortiment-Highlights sind u.a. Grill- und BBQ-Gewürze, Chili, Pfeffer, Curry, Gewürzzucker, Vanille, Safran, Fleur de Sel, Paprika und das umfangreiche Asia-Gewürz-Sortiment. Rund zwei Drittel des Umsatzes von rund 3 Millionen Euro erwirtschaftet Spiceworld im Online-Handel.

Weitere Informationen: www.spiceworld.at

Pressekontakt:

Pressestelle Spiceworld: Melzer PR Group, Tel.: +43-1-526 89 080
E-Mail: office@melzer-pr.com, www.melzer-pr.com