



Geschäftsbericht
WAWI-Schokolade AG, Pirmasens
2010/2011

WAWI konnte im Geschäftsjahr 2010/2011, das am 30.04. endete, den Ausstoß um 12% erhöhen. Die Gesamttonnage, die an den Lebensmittelhandel weltweit geliefert wurde, betrug über 15.000 Tonnen. Durch Verbesserung der Produktivität, insbesondere im Verpackungsbereich, konnte die erhöhte Menge mit der gleichen Mitarbeiterzahl von durchschnittlich ca. 600 Personen gefertigt werden.

Sehr erfreulich für das Pfälzer Unternehmen mit Stammsitz in Pirmasens war die Entwicklung der Marken WAWI „Schoko-Reis“ und „Schoko-Wölkchen“ sowie „Nappo“ und „Moritz“, die alle zweistellig zulegen. Im März 2011 erhielt WAWI „Schoko-Reis“ von der Lebensmittelzeitung die Auszeichnung „Top-Marke-2011“ in der Kategorie Puffreis und gehört damit zu den besten Markenartikeln Deutschlands. Die 100 Top Marken erzielten durch nachhaltige Markenpflege die beste Entwicklung innerhalb Ihrer Warengruppe (Basis GfK Verbraucherpanel). Seit 30 Jahren verwendet WAWI für die Originalrezeptur nur allerbeste Rohstoffe, die schonend verarbeitet werden. Höchster Anteil an bekömmlich gesundem Reis, ausgewählter Edelkakaο aus den besten Anbaugebieten und extrahelle Edelmilch-Schokolade zeichnen ihn mit einem besonders milden Aroma aus.

Vor drei Jahren hat WAWI die handgeschöpften „Schoko-Wölkchen“ als echte Innovation eingeführt. Diese „leichteste Schokolade der Welt“ ist inzwischen bei wichtigen Handelsgruppen national gelistet und hatte im Geschäftsjahr 2010/2011 ein Umsatzwachstum von 36%. Im Gegensatz zur Puffreisschokolade die ein starkes Süd/Nord-Gefälle aufweist, erfreuen sich die „Schoko-Wölkchen“ auch in Norddeutschland und in den neuen Bundesländern größter Beliebtheit.

Die Markenklassiker „Nappo“ und „Moritz“ konnten ebenfalls stark zulegen. Für beide Produkte konnte die Distribution im deutschen Lebensmittelhandel ausgebaut werden. Dazu beigetragen hat auch die Zusammenarbeit mit der Skiläuferin Susanne Riesch, die sich seit letzten Winter für „Moritz-cool-chocolate“ in Szene setzt. Für die Produkte im Zuckerwarenbereich sind Preiserhöhungen zum Herbst leider unvermeidlich. Zucker wird zum Oktober um 50% teurer und Kokosöl notiert 70% über Vorjahresniveau. Trotzdem werden „Nappo“ und „Moritz“ für die deutschen Konsumenten, wie in den letzten 80 Jahren auch, attraktive Süßigkeiten mit gutem PreisLeistungsverhältnis bleiben.

Im Industriegeschäft besitzt die WAWI-AG eine Beteiligung von 25,1% an der Fuchs & Hoffmann GmbH, Bexbach. Mehrheitlich gehört dieses Unternehmen seit dem 01. Januar 2010 zur Krüger-Gruppe, Bergisch Gladbach. Fuchs & Hoffmann fertigte im Kalenderjahr 2010 35.000 Tonnen Kakaοmasse und flüssige Schokolade und steigerte damit den Gesamtausstoß um 29%.

Eine weitere Minderheitsbeteiligung von 25,1% hält WAWI seit Juli 2010 an der Confiserie Coppeneur et Compagnon GmbH in Bad Honnef. Dieses Unternehmen fertigt hochwertigste Pralinen und Grand Cru Schokoladen ausschließlich für den Fachhandel, Luxus-Hotels sowie für die Spitzen-Gastronomie. Besonders stolz ist man auch auf die gute Zusammenarbeit mit Lufthansa. Seit vielen Jahren werden Coppeneur Pralinen in der First-Class der Fluglinie serviert. Dabei wird die Schokolade in einer eigenen Rösterei von der Kakaοbohne aus gefertigt. Zur Verwendung kommt nur Edel-Kakao von ausgewählten Plantagen aus Ecuador, Dominikanische Republik, Madagaskar und Ghana. Auch wenn sich die Confiserie Coppeneur in einem ganz anderen Marktsegment bewegt, ergeben sich doch Chancen einer Zusammenarbeit, z. B. bei Produktentwicklungen von WAWI. Außerdem kann WAWI durch seine weltweiten Aktivitäten das Exportgeschäft von Coppeneur beflügeln.



Im Ausland hat die WAWI-Gruppe Produktionsstätten in Russland, Rumänien, China, Australien und Kanada. Besonders erfolgreich waren im vergangenen Jahr China und Kanada. Die chinesischen Produkte werden hauptsächlich nach Australien und Nordamerika exportiert. Dabei handelt es sich um mit viel Handarbeit dekorierte Hohlfiguren und Adventskalender. Auf dem chinesischen Markt ist Moritz-Eiskonfekt sehr beliebt, insbesondere zum Frühlingsfest in einer attraktiven Geschenkdose. Nach der Übernahme von Jean Talon im Juni 2010, einem der führenden Hohlfigurenhersteller Kanadas, hat WAWI CAN den Umsatz um 54% gesteigert. Die Vermarktung der Produkte erfolgt für Kanada ausschließlich über den Partner Regal Imports. Die Kunden in den USA werden dagegen direkt von WAWI CAN betreut.

Zum 01. September 2011 kam Andreas Nickenig (43) als geschäftsführender Gesellschafter zur WAWI-AG. Herr Nickenig war zuvor 18 Jahre für Haribo tätig, zuletzt als Marketing- und Vertriebsleiter. Somit ergänzt er im Vorstand den bisherigen Alleinvorstand Dr. Walter Müller. Während Dr. Müller sich zukünftig verstärkt dem Bereich Finanzen und dem Überseegeschäft mit den Produktionsstätten in Australien, China und Kanada widmet, verantwortet Andreas Nickenig in erster Linie die Markenstrategie für Nappo, Moritz-Eiskonfekt und WAWI Schoko-Reis und Schoko-Wölkchen sowie das Europageschäft.