

Mehr Griss
um Schokolade

Mehr Griss um Schokolade



2.10.2013 | (kurier.at)

Milka beherrscht den Markt, Lindt und Ritter Sport spielen vorne mit.

70 Millionen Euro geben die Österreicher jährlich für Schokolade aus – Pralinen und sonstiges Süßes noch gar nicht eingerechnet. Glaubt man der Statistik, verputzt der typische Österreicher damit 63 Tafeln im Jahr, was einer Menge von 6,3 Kilo Schokolade entspricht. Ob das viel oder wenig ist, hängt von der Vergleichsbasis ab: Briten und Iren essen doppelt so viel, Italiener nicht einmal die Hälfte dieser Menge.

Jeder zweite Euro, der hierzulande mit Tafelschokolade umgesetzt wird, geht auf das Konto des US-amerikanischen Milka-Herstellers Mondelez (bis Oktober 2012 Kraft Foods genannt). Weit abgeschlagen folgen die Schweizer Lindt-Gruppe und die deutsche Ritter Sport (neun bzw. sieben Prozent Marktanteil). Damit bringen die beiden Unternehmen etwa gleich viel Süßes in Umlauf, wie alle Handelskonzerne – von Hofer bis Billa und Spar – gemeinsam unter ihren Eigenmarken.

Ritter Sport hat 2012 in Österreich zehn Millionen Euro umgesetzt. Heuer will Österreich-Geschäftsführer Wolfgang Stöhr die 12 Millionen-Euro-Marke erreichen. Damit ist Österreich gemeinsam mit Dänemark der dritt wichtigste Auslandsmarkt des deutschen Familienunternehmens (330 Millionen Jahresumsatz). Nur die Russen und Italiener kaufen noch mehr Ritter-Sport-Tafeln. Produziert wird ausschließlich am Firmensitz in Waldenbuch in der Nähe von Stuttgart. Täglich laufen 2,5 Millionen Tafeln für 95 Länder vom Band. Davon gingen im Vorjahr 2,5 Millionen Tafeln nach Österreich.

Chinas Lust auf Süßes

Experten gehen davon aus, dass Schokolade bald teurer wird. Hersteller halten sich zu dem Thema noch bedeckt. Hintergrund möglicher Preissteigerungen: Die Asiaten kommen langsam auf den Schokoladengeschmack – derzeit liegt der Pro-Kopf-Verbrauch in China bei gerade einmal 0,1 Kilo im Jahr. Und auch in westlichen Ländern wird wieder mehr Süßes gegessen als noch zu Ausbruch der Finanzkrise. 2009 wurden weltweit 6,9 Millionen Tonnen Schokolade verkauft, heuer rechnet der Marktforscher Euromonitor International bereits mit 7,4 Millionen Tonnen. Das Umsatzvolumen wird mit 110 Milliarden Dollar beziffert.

Der Einsatz ist in folgenden Unterrichtsgegenständen möglich (Auswahl):

	GEGENSTAND	THEMENBEREICH	KLASSE
➔	BERUFSBILDENDE HÖHERE SCHULEN (BHS) – HANDELSAKADEMIE		
	Betriebswirtschaft	Handelsbetriebe	IV. JG
➔	BERUFSBILDENDE HÖHERE SCHULEN (BHS) – HÖHERE LEHRANSTALT FÜR WIRTSCHAFTLICHE BERUFE		
	Betriebs- und Volkswirtschaft	Rechtliche Grundlagen der Unternehmensführung Marketing	II. bis V. JG
➔	BERUFSBILDENDE MITTLERE SCHULEN (BMS) – HANDELSSCHULE		
	Betriebswirtschaft einschließlich volkswirtschaftlicher Grundlagen	Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe Marketing	1. Kl. 2. Kl.
➔	BERUFSBILDENDE MITTLERE SCHULEN (BMS) – DREIÄHRIGE FACHSCHULE FÜR WIRTSCHAFTLICHE BERUFE		
	Betriebs- und Volkswirtschaft	Leistungsbereiche in verschiedenen Unternehmungen Marketing Handels- und Dienstleistungsbetriebe	1. bzw. 2. Kl.
➔	ALLGEMEIN BILDENDE HÖHERE SCHULEN (AHS)		
	Geografie und Wirtschaftskunde	Gesamtwirtschaftliche Leistungen und Probleme – Wirtschafts- und Sozialpolitik	7. Kl.

AUFGABENSTELLUNGEN ZUM TEXT

Kompetenzstufen		
<ul style="list-style-type: none">  Wissen  Verstehen 	<ul style="list-style-type: none">  Analyse  Anwendung 	<ul style="list-style-type: none">  Bewertung

Lösen Sie die folgenden Aufgaben:



a) Wie viel Schokolade essen Österreicher im Vergleich zu Bewohnern anderer europäischen Länder?



b) Recherchieren Sie die Bedeutung der Lebensmittelindustrie für Österreich (Betriebe, Umsatz, Beschäftigte).



c) Stellen Sie die Marktanteile am österreichischen Schokolademarkt grafisch dar.



d) Was sind Eigenmarken? Nennen Sie Beispiele.



e) Aus welchen Gründen bieten Handelsunternehmen Eigenmarken an?



f) Warum ist zukünftig von einer Preissteigerung bei Schokolade auszugehen?



g) Diskutieren Sie: Welches Image verbinden Sie mit den unterschiedlichen Schokolademarken?



h) Diskutieren Sie: Worauf legen Sie beim Kauf von Schokolade Wert?

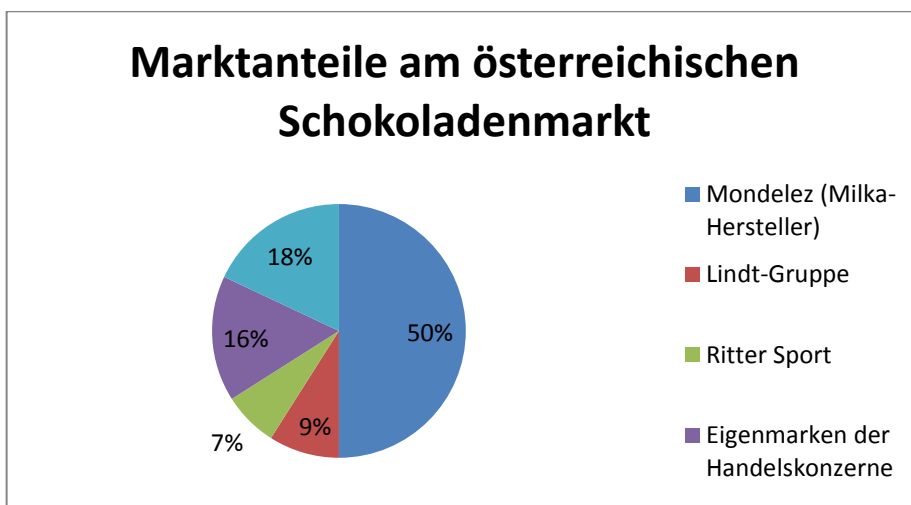


LÖSUNGSVORSCHLÄGE

a) Der typische Österreicher isst laut Presstext 63 Tafeln im Jahr, das entspricht einer Menge von 6,3 Kilogramm Schokolade im Jahr. Briten und Iren essen doppelt so viel, Italiener nicht einmal die Hälfte dieser Menge.

b) 222 österreichische Betriebe haben 2012 einen Umsatz von 7,792 Milliarden Euro gemacht. Insgesamt gibt es in der Lebensmittelindustrie 26.414 Beschäftigte, das sind knapp 10 % aller Beschäftigten in Österreich.

c)



d) Eigenmarken sind Produkte oder Produktgruppen, die ein Einzelhändler unter dem eigenen Namen anbietet und in Konkurrenz zu Markenprodukten stehen. Im Regelfall sind Eigenmarken billiger als Markenprodukte

Beispiele: Ja Natürlich, Zurück zum Ursprung

e) Mittels Eigenmarken können ua. folgende Ziele verfolgt werden:

- Kundenbindung
- Abgrenzung zu Wettbewerbern
- Schaffung eines eigenen Markenprofils
- Erhöhung der Flexibilität bei Aktionen
- Preissicherheit

f) Experten gehen davon aus, dass Schokolade bald teurer wird. Hintergrund dafür soll eine verstärkte Nachfrage aus dem asiatischen Raum sein.

g) individuelle Schülerlösung

h) individuelle Schülerlösung

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber

AWS Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule im Rahmen des
Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien, wko.at/aws

Die Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule (AWS) ist eine Initiative
des Österreichischen Sparkassenverband und ist als Projekt am Institut
(ibw), Rainergasse 38, 1050 angesiedelt.

Leiter: Mag. Josef Wallner

Autorin

Mag. (FH) Petra Stöhr

Redaktion

Mag. Josef Wallner, Gudrun Dietrich