

Nestlé Wagner weiter auf Wachstumskurs

Nonnweiler, 31. August 2016: Das erste Halbjahr 2016 verlief für die Nestlé Wagner GmbH erfolgreich. In einem leicht wachsenden Gesamtmarkt für Tiefkühl-Pizza konnte Nestlé Wagner die Erlöse weiter steigern und die Position als einer der Top-Anbieter für Tiefkühl-Pizza untermauern. Besonders erfolgreich präsentierten sich die Wagner Marke Original Wagner Steinofen Pizza sowie der Anfang des Jahres 2015 erfolgreich eingeführte Tiefkühl-Snack Rustipani.

In einem laut The Nielsen Company um +0,4 Prozent wachsenden Gesamtmarkt für Tiefkühl-Pizza (Quelle: Nielsen Handelspanel, LEH+DM, Umsatz, 2016 vs. VJP) haben wir unsere Position als einer der Top-Anbieter für Tiefkühl-Pizza weiter untermauert. Insgesamt hat die Marke Wagner damit einen Anteil am Gesamtumsatz mit TK-Pizza von knapp über 30 Prozent. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bescheinigt uns mit über 40 Prozent (Quelle: GfK, Käuferreichweite TK-Pizza + TK-Snack kumuliert, 2016) die größte Käuferreichweite aller Hersteller von Tiefkühl-Pizza in Deutschland.

Starkes Plus bei Original Wagner Steinofen Pizza

Herausragend ist dabei die Entwicklung unserer Original Wagner Steinofen Pizza. Die Marken-Range erzielte im ersten Halbjahr 2016 im Vergleich zur Vorjahresperiode eine Umsatzsteigerung und konnte den Absatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) steigern. „Unsere Original Wagner Steinofen befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs und trägt maßgeblich zur positiven Unternehmensentwicklung von Nestlé Wagner bei,“ unterstreicht Thomas Göbel, Geschäftsführer der Nestlé Wagner GmbH. „Verantwortlich für die gestiegene Verbrauchernachfrage“, führt der Geschäftsführer weiter aus, „ist der Mix aus hoher Produktqualität, erfolgreichem Distributionsausbau und zielgruppenspezifischer Kommunikation über alle relevanten Medienkanäle sowie am Point of Sale.“

Rustipani – Wachstumstreiber für den Gesamtmarkt

Ebenfalls herausstechend ist die Entwicklung der TK-Snack-Innovation Rustipani. Mit dem rustikalen Ofenbrot ist Nestlé Wagner seit Anfang des Jahres 2015 in den TK-Snack-Truhen des Handels präsent und sorgt seitdem für eine deutliche Belebung des gesamten TK-Snack-Marktes: Im 1. Halbjahr 2016 stiegen die Erlöse im Gesamtmarkt verglichen mit der Vorjahresperiode (Basis Umsatz LEH Deutschland). Rustipani selbst hat im gleichen Zeitraum den Umsatz, den Absatz und die Distribution gesteigert. Die neue, im März 2016 als „Unser Ofenbrot des Jahres“ eingeführte Sorte „Elsässer Art“ konnte bereits im Juni zu den Top-Absatz-Sorten von Rustipani aufschließen und leistet damit einen wertvollen Beitrag zur positiven Entwicklung der Gesamtmarke.

Wachstum schafft Arbeitsplätze

„Mit unserem Instrumentarium aus erfolgreichen Innovationen wie Rustipani, Renovationen wie der Mehrwertoffensive bei unserer BIG PIZZA, den hohen Qualitätsstandards und effektivem Marketing“, fasst Thomas Göbel das erste Halbjahr 2016 zusammen, „haben wir nicht nur das operative Ergebnis im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesteigert, sondern auch einen Beitrag zum Wachstum des Gesamtmarktes geliefert.“ Dank der positiven Geschäftsentwicklung der Nestlé Wagner GmbH konnten in diesem Jahr bereits fast 100 neue Arbeitsplätze bei Nestlé Wagner geschaffen werden.

FACTSHEET

Historie:	1968 wurde die Wagner Tiefkühlprodukte GmbH von dem saarländischen Bäckermeister Ernst Wagner in Nonnweiler-Braunshausen gegründet. Anfang der 1970er Jahre brachte er von einer Italien-Reise die Geschäftsidee zur Herstellung tiefgekühlter Pizza mit. Bereits im Jahr 1982 waren die Kapazitäten so ausgelastet, dass eine weitere Produktionsstätte in Otzenhausen errichtet wurde und 1985 die Firma den ersten industriellen Steinbackofen entwickelte.
Kurzbeschreibung:	Die Nestlé Wagner GmbH ist einer der größten Hersteller von Tiefkühlpizzen in Europa. In Deutschland erreicht der Pizza-Spezialist einen Umsatz-Marktanteil von rund 30 Prozent und ist Marktführer für Steinofen-Pizza. Im saarländischen Nonnweiler arbeiten knapp 2.000 Mitarbeiter an der Zufriedenheit der Nestlé Wagner Kunden. Das Sortiment reicht vom Klassiker <i>Original Wagner Steinofen</i> über den Pizza-Häppchen <i>Original Wagner Piccolinis</i> sowie <i>Die Backfrische</i> zu dem innovativen Ofenbrot <i>Rustipani</i> . Mit dem „Wagner Sorgfalts-Prinzip“ garantiert Wagner nur beste Zutaten und Verzicht auf Geschmacksverstärker, künstliche Aromen und Farbstoffe, gehärtete Fette sowie Konservierungsstoffe.
Marktstellung:	Nestlé Wagner produziert rund 350 Millionen Pizzen im Jahr. In Deutschland erreicht der Pizza-Spezialist einen Umsatz-Marktanteil von knapp über 30 Prozent.
Qualitätsanspruch:	Mit dem Sorgfalts-Prinzip garantiert Nestlé Wagner den Verzicht auf Geschmacksverstärker, künstliche Aromen und Farbstoffe sowie die Verwendung nur von besten Zutaten und den ausschließlichen Einsatz natürlicher Rohstoffe.
Nestlé:	Am 1. Januar 2005 stieg der Lebensmittelkonzern Nestlé mit einer Beteiligung von 49 Prozent bei Wagner ein, dieser Anteil wurde 2010 auf 74 Prozent erhöht. Seit Januar 2013 firmiert das Unternehmen unter Nestlé Wagner GmbH.
Mitarbeiter:	knapp 2.000
Geschäftsführung:	Thomas Göbel (Vors.), Hubert Stücke, Ralf Wagner
Standorte:	Ernst-Wagner-Straße 48 66620 Nonnweiler-Braunshausen In den Schemeln 2-4 66620 Nonnweiler-Otzenhausen Am Söterberg 6 66620 Nonnweiler-Otzenhausen
Internet:	www.original-wagner.de www.facebook.com/OriginalWagner www.youtube.com/WagnerPizzaDE www.instagram.com/original_wagner
Pressekontakt:	Nestlé Wagner GmbH Ernst-Wagner-Straße 48 66620 Nonnweiler Kristin Kremer – Public Relations Telefon: 06873 665-2228 Mail to: Kristin.Kremer@de.nestle.com