

Starke Marken und authentische Produkte

Für Feinkost Dittmann sind griechische Spezialitäten auf Basis hochwertiger Rohwaren unverzichtbar

Diez. Feinkost Dittmann sieht eine wesentliche Herausforderung in der Nachfrage von Handel und Verbrauchern nach immer neuen Feinkost-Innovationen und -Variationen.

Feinkost Dittmann pflegt seit 111 Jahren die Herstellung und Vermarktung mediterraner Antipasti und internationaler Feinkost-Spezialitäten. In Diez ansässig, sieht sich das Familienunternehmen mit dem rund 25 Mitarbeiter umfassenden Außendienst als deutscher Marktführer bei Oliven, Antipasti, Knoblauch- sowie Sardellenspezialitäten und, laut Umfrage von LZ Direkt unter Handelsentscheidern im März 2011, als die beliebteste Feinkost-Marke des deutschen Handels.

Das Sortiment umfasst aktuell über 500 Artikel. Dittmann produziert mit rund 700 Beschäftigten in vier Betrieben im In- (Taunusstein) und Ausland (Griechenland, Spanien und Türkei). Der Gesamtumsatz im Geschäftsjahr 2011 (Vorjahr 2010) betrug vorliegenden Angaben zufolge rund 155 (150) Mio. Euro. Das Markengeschäft, so Martin Schmidlin, liegt aktuell mit einem umsatzmäßigen Plus von rund 8 Prozent (Jan. – Sept. 2012 vs. Vorjah-



FOTO: J. SCHALINSKI

Handarbeit: Gefüllte Weinblätter erfordern Konzentration und Geschicklichkeit.

reszeitraum) erneut auf Wachstumskurs. Das Gros der Aktivitäten wird indes mit Handelsmarken getätigt, ergänzt der Leiter Marketing-Kommunikation. Den Anteil des seit Jahren wachsenden Exportgeschäftes am Gesamtumsatz beziffert er auf aktuell rund 12 Prozent. Beliefert werden Kunden in 28 Ländern weltweit, mit Schwerpunkt in der Schweiz, Österreich, Skandinavien und Osteuropa.

„Als Marktführer im Bereich mediterraner Spezialitäten sind für Feinkost Dittmann griechische Spezialitäten auf der Basis hochwertiger Rohwaren ein unverzichtbarer Sortimentsbestand-

teil“, sagt Martin Schmidlin. Daher arbeite man seit vielen Jahren eng und vertrauensvoll mit verschiedenen Partnern in Griechenland zusammen. Ob Palirria, Almi oder Botzakis, alle Partner verfügten ohne Ausnahme über hervorragende Anbauflächen und qualifiziertes Personal. Daraus resultierten hochwertige, authentische mediterrane Spezialitäten von konstant hoher Qualität, nach denen deutsche Verbraucher verlangten und die Dittmann gerne auf dem deutschen Markt vertreibt. So freut sich der Importeur beispielsweise über seine kretischen Olivenöle der Marke „Olyssos“, die im vergangenen Geschäftsjahr absatzmäßig gegen den Trend um rund 5 Prozent zulegen.

Absatzpotenziale zeigten vor allem original griechische Spezialitäten, sagt Martin C. Schmidlin unter Bezug auf interne Marktforschungsergebnisse. Dies gelte für landestypische Meze-Spezialitäten wie auch für das Moussaka der Marke Palirria. Ebenfalls immer stärker nachgefragt würden hochwertige Olivenöle regionalen Ursprungs. Für Dittmann sind die „starken Marken aus Griechenland mit ihren authentischen Produkten“ ein „wichtiger Pfeiler“ ihres Sortiments, das weiter ausgebaut werden soll.

js/lz 46-12