

## Soletti – das Kultstangerl im neuen Gewand!

- **Tradition & Regionalität - knusprig wie eh und je aus der Steiermark**
- **Moderner Design Relaunch für die Marke verspricht Schwung und Leichtigkeit**
- **Neue Kommunikationskampagne für das beliebteste Snackprodukt Österreichs**



Wien, 11.08.2022; Ein moderner Design-Relaunch, der die Grundstrukturen der traditionellen Soletti Packungen aufricht, bringt ab sofort Schwung in die österreichischen Snack Regale und leitet damit den neuen Soletti-Schwerpunkt ein.

In den letzten Monaten wurde die Marke Soletti von Grund auf durchleuchtet. In diversen Studien wurde mehrfach bestätigt: Soletti ist und bleibt DAS Original und ist aus Österreichs Haushalten einfach nicht wegzudenken. Die Marke, wie auch das Produkt, ist bei Jung und Alt gleichermaßen beliebt. Soletti ist fixer Bestandteil unserer Familienfeiern, den Treffen mit Freunden und Bekannten und darf auch beim lustigen Spieleabend nicht fehlen. Genauso vielfältig wie die Konsumanlässe ist auch die Art und Weise ein Soletti Salzstangerl zu essen. Egal ob beim beliebten Dippen mit Aufstrichen, dem Weg-Knabbern der Salzkörner oder der spielerischen Verwendung als Hasenohren, Vampirzähnen oder Schnurrbart, eines ist klar: Soletti als Marke verbindet Generationen und ist – so wie auch der Markenslogan verspricht – einfach „...immer dabei!“.

**Tradition & Regionalität** – das vermittelt die Marke Soletti ganz besonders. Seit über 70 Jahren werden Soletti Snacks im südoststeirischen Feldbach hergestellt. Die einzigartige Qualität der Produkte spiegelt sich in den Sympathie- und Bekanntheitswerten von über 95% wider. Soletti wird in der Steiermark luftig und leicht aus heimischen Rohstoffen gebacken.

Unsere Traditionsmarke Soletti leitet dank der modernen Design Umsetzung der Agentur Pfeil mit Schwung eine neue Soletti-Ära ein. Die Packungen der Soletti Salzstangerl, SuperSize und Babybrezel wurden neu gestaltet, und auch der Markenbotschafter „Joe Soletti“ wurde etwas modernisiert und in neues Gewand gepackt.

Ab Mitte August wird der Marken-Relaunch zusätzlich mit einer starken Kommunikationskampagne unterstützt. Der neue TV-Spot steht im Zentrum der Werbekampagne, die mit weiteren Online und digitalen OOH Werbemittel noch verstärkt wird. Die Agentur Wirz hat als langjähriger Partner mit viel Gefühl für unsere Traditionsmarke Soletti den Marken-Relaunch in der Kommunikation perfekt inszeniert. Das Gesamtpaket aus medialer Präsenz und modernen Packungs- und Kartondesigns wird für die Kultmarke Österreichs starke Wachstumsimpulse setzen.

*„Wir sind sehr stolz, dass die Marke Soletti in Österreich auch nach über 70 Jahren nach wie vor der Wachstumsmotor in unserem Portfolio ist. Der Beliebtheit unseres „Kultstangerls“ möchten wir jetzt neuen Aufschwung durch Design und moderne Kommunikation – dem Markenkern entsprechend - verleihen.“*, freut sich Markus Marek, Managing Director von Kelly.

### **Oft Länger Gut!**

Mit dem Relaunch wird Soletti auch Teil der „Oft Länger Gut“-Initiative des Social-Impact Unternehmens Too Good To Go, um für Lebensmittel-Haltbarkeit zu sensibilisieren. Soletti gehört damit zu den Vorreiter-Marken in Österreich, die sich der Initiative anschließen mit dem Ziel auf das Thema Lebensmittelverschwendung zuhause aufmerksam zu machen und Konsumenten zu ermutigen, die Sinne einzusetzen, bevor ein Produkt entsorgt wird.

## **Feldbach - ein Standort mit Zukunftspotential**

Heute wird ein breites Sortiment an unterschiedlichen Soletti Produkten in Feldbach hergestellt: Natürlich aus 100% österreichischem Mehl und mit Salz zu 100% aus den heimischen Alpen, absolut palmölfrei.

Das Werk Feldbach umfasst in Summe 5 Backöfen für Laugenprodukte und Cracker sowie eine Anlage für gepoppte Produkte und produziert 56 Mio. Konsumentenpackungen jedes Jahr. Neben der hohen Expertise für gebackene Produkte punktet das Werk mit Flexibilität, Qualitätsführerschaft und österreichischer Wertschöpfung. *„Wir haben ca. 200 unterschiedliche Artikel in unserem Produktportfolio, können schnell auf unterschiedliche Kundenbedürfnisse eingehen und sind stolz darauf, zu den größten Abnehmern von österreichischem Mehl und Salz zu zählen“*, gibt Werksleiter Markus Gutmann bekannt.

In Feldbach sind rund 130 MitarbeiterInnen beschäftigt, seit September 2020 wird erstmalig der Lehrberuf Backtechnologie/in angeboten. Neben laufenden Investitionen in die Anlagen, die die Produktivität steigern, wurde erst Anfang des Jahres 2021 ein neuer Bürotrakt eröffnet. *„Bei unseren Investitionen ist es uns besonders wichtig, die regionale Wertschöpfung zu steigern und bestmöglich mit regionalen Baufirmen zusammenzuarbeiten“*, erklärt Dkfm. Thomas Buck, Managing Director Operations.

## Kelly Snacks:

Mit dem Markenportfolio Kelly's, Soletti, funny-frisch, Chio, ültje und Tyrrells ist Kelly in Österreich Marktführer und gilt als absoluter Spezialist bei salzigen Snacks. Seit 2008 ist Kelly Teil des erfolgreichen europäischen Snack-Netzwerkes der Intersnack Gruppe. Intersnack ist eine internationale Unternehmensgruppe in privater Hand mit Sitz in Düsseldorf und die Nummer zwei am europäischen Snack-Markt! Kelly ist als Management Unit innerhalb der Intersnack Gruppe verantwortlich für Österreich, Slowenien und die Schweiz.

Wussten Sie, dass...

- ...Kelly's Chips zu 100 % aus österreichischen Kartoffeln und im Werk in Wien 22 produziert werden?
- ...rund 32.000 Tonnen Erdäpfel jährlich für Kelly's Chips verarbeitet werden?
- ...rund 90 österreichische Kartoffelbauern die Kartoffeln für Kelly's Chips und Sticks liefern?
- ...das nächste Kartoffel-Feld nur 6 km von der Produktion entfernt ist?
- ...Soletti mit rund 12.000 Tonnen Mehl pro Jahr zu den größten heimischen Mehlabnehmern zählt?
- ...alle Soletti Produkte in Feldbach in der Steiermark produziert werden?
- ...mehr als 2.000 Tonnen österreichischer Maisgrieß zu Kelly's Snacks verarbeitet werden?
- ...rund 1.100 Tonnen österreichisches Salz für Kelly's Snacks verarbeitet werden?
- ...für Kelly's und Soletti Produkte nur Salz von den Salinen Österreichs verwendet wird?
- ...Kelly's und Soletti auf Geschmacksverstärker verzichten und nur MSG-freie Gewürze einsetzen?
- ...für Kelly's Snacks rund 300 Tonnen Gewürze verarbeitet werden?
- ...die Kelly Werke in Wien und Feldbach zu 100 % ohne Palmöl produzieren?

## Über Too Good To Go

Too Good To Go ist ein Social Impact Unternehmen und setzt sich europaweit mit einer App sowie Informationskampagnen und Kooperationen mit Unternehmen und Entscheidungsträgerinnen und -trägern dafür ein, dass Lebensmittel nicht im Müll landen. Die App ermöglicht es Betrieben wie Bäckereien, Restaurants, Cafés, Hotels und Supermärkten, ihr überschüssiges Essen zu einem vergünstigten Preis an Selbstabholerinnen und Selbstabholer zu verkaufen. Too Good To Go bietet so eine nachhaltige Lösung, von der Partnerbetriebe, Konsumentinnen und Konsumenten und die Umwelt profitieren: ausgezeichnetes Essen für die Kundschaft, weniger Verschwendung für die Betriebe und Ressourcenschonung für die Umwelt. In Österreich retten so bereits über 4.000 Partnerbetriebe und 1 Million Nutzerinnen und Nutzern täglich überschüssiges Essen vor der Verschwendung.

Rückfragenhinweis und Fotos:

Mag. (FH) Petra Trimmel

Marketing Director

Kelly Ges.m.b.H.

Hermann-Gebauer-Straße 1, A-1220 Wien

Tel.: +43 5 70 789 750

e-mail: [petra.trimmel@kelly.at](mailto:petra.trimmel@kelly.at)

BILDRECHTEHINWEIS: Das Fotomaterial stellen wir Ihnen in Verbindung mit der dazugehörigen Pressemeldung gerne honorarfrei zur Verfügung. Wir ersuchen Sie um Verwendung der Bilder mit vollständigem Copyrightvermerk "Foto: Kelly".