

„Mit Engpässen dürfte zu rechnen sein“

International würde man „Spak“ wohl als „household name“ bezeichnen. Gemeinsam mit den feinen Pasteten von Hink ist das österreichische Traditionsunternehmen (Gründung: 1935) mit seiner Feinkost quasi omnipräsent. Senf, Mayonnaise, Ketchup, Dressings und Saucen aller Art sind die Kernkompetenz des Unternehmens. Vor allem aber ist das vom Vater-Sohn-Gespann Hans Peter Spak und Peter Spak jun. geführte Unternehmen vollständig in Familienbesitz. Entsprechend kritisch sieht man im niederösterreichischen Gallbrunn die aktuelle Rohwaren-Situation. Während sich die explizit mit heimischen Rohstoffen kreierte Linie der „Österreicher Ketchups“ gut entwickelt, sieht Peter Spak im Interview längerfristig mehr als eine Gewitterwolke am Horizont. Sein Tenor gegenüber Fleisch & & …



Peter Spak jun. vom gleichnamigen Delikatessenhersteller © Spak

International würde man **Spak** wohl als household name bezeichnen. Gemeinsam mit den feinen Pasteten von **Hink** ist das österreichische Traditionsunternehmen (Gründung: 1935) mit seiner Feinkost quasi omnipräsent. Senf, Mayonnaise, Ketchup, Dressings und Saucen aller Art sind die Kernkompetenz des Unternehmens. Vor allem aber ist das vom Vater-Sohn-Gespann Hans Peter Spak und Peter Spak jun. geführte Unternehmen vollständig in Familienbesitz. Entsprechend kritisch sieht man im niederösterreichischen Gallbrunn die aktuelle Rohwaren-Situation. Während sich die explizit mit heimischen Rohstoffen kreierte Linie der Österreicher Ketchups gut entwickelt, sieht Peter Spak im Interview längerfristig mehr als eine Gewitterwolke am Horizont. Sein Tenor gegenüber Fleisch & Co: Oberstes Ziel bleibt die Versorgungssicherheit.

Fleisch & Co: Beginnen wir mit dem Pandemie-Rückblick wie kam Spak durch diese Krise?

Peter Spak jun.: Auch wenn wir in 2021 noch nicht von ‚Normalität‘ sprechen können, verzeichnen wir viele positive Impulse. Haben wir in 2020 vor allem im Handel ein deutlich höheres Volumen verzeichnet, sehen wir mittlerweile die Gastronomie-Umsätze wieder steigen, wenn auch bei Weitem noch nicht auf 2019er-Niveau. 2021 war in jedem Fall ein sportliches Jahr mit viel Herausforderungen v.a. hinsichtlich der Bereiche Mengenplanung, Verfügbarkeit und Preisgestaltung. Man könnte auch sagen, wir sind mit einem blauen Auge durchgekommen. Man hat aber in der schwierigen Zeit dem Wort Partnerschaft wieder einen deutlich höheren Stellenwert beimessen können.

Fleisch & Co: Wird das auch 2022 halten, vor allem in der entscheidenden Grillsaison?

Peter Spak jun.: Leider zeichnet sich auch für 2022 keine wirkliche Entspannung ab. Die Schwerpunkte der Gespräche bleiben weiterhin bei den Themen Verfügbarkeit, Lieferfähigkeit und notwendiger Preisgestaltung. Da bleibt oft zu wenig Zeit und Raum für innovative Neuprodukte. Wir gehen aber von einem starken Sommer 2022 mit Gastro-Aktivitäten aus. Und auch Grillfeiern im Privaten werden mit dem im Lockdown erworbenen Grill- Equipment stark bemerkbar sein. Unser oberstes Ziel bleibt die Versorgungssicherheit. Unabhängig davon werden wir unsere Schwerpunkte im Bereich Bio, Vegan und regionale Produkte weiter forcieren.

Fleisch & Co: Versorgungssicherheit klingt nach deutlichen Pandemie-Nachwirkungen?

Peter Spak jun.: Die größte Auswirkung sehen wir nach wie vor in der Beschaffung von Rohstoffen. Egal, ob Speiseöl, Tomatenmark oder Verpackungen – die Lager sind größtenteils leer, die Preise ziehen in noch nie da gewesenen Dimensionen an. Vor allem der sensible Bereich „Preiseinstieg“ ist überproportional betroffen. Positiv verzeichnen wir das Bedürfnis nach österreichischen Produkten und Rohstoffen sowie die anhaltende Nachfrage nach veganen und biologischen Produkten, wo wir stark aufgestellt sind.

Fleisch & Co: Und nun kommt auch der Ukraine-Krieg als weiterer Schock hinzu

Peter Spak jun.: Unsere Gedanken und unser Mitgefühl gelten den Millionen Schicksalen, die durch diesen sinnlosen Krieg verursacht werden. Unseren Geschäftsbereich betreffen

vor allem die Auswirkungen des Rohstoffmarktes. Nicht nur ist diese Region einer der Haupt-Exporteure für Sonnenblumenöl, auch fehlen Millionen Tonnen an Raps, Tomaten, Hühnerfleisch, Futtermittel, etc. Auch wenn wir so gut wie keine Ware aus der Ukraine beziehen: Diese Mengen fehlen am europäischen Markt und heizen die Preise weiter massiv an. Steigende Energie- und Öl-Preise treiben zudem energieintensive Produkte wie Verpackungen. Und auch Transportkosten legen nochmals deutlich zu. Die Erntesaison 2022/2023 hat für viele Rohstoffe in jedem Fall schwere Ausfälle zu verzeichnen. Diese können teilweise nicht kompensiert werden. Das ist kein guter Ausblick für die Preisgestaltung der nächsten 12 bis 18 Monate! Da rücken Mengenverfügbarkeit und Kontraktsicherheit in den Vordergrund.

Fleisch & Co: Wie sieht es denn konkret beim Fleisch aus?

Peter Spak jun.: Momentan ist die Verfügbarkeit bei den von uns bezogenen Teilen noch gegeben. Dies liegt aus unserer Sicht daran, dass wir zum einen fast ausschließlich österreichisches Fleisch beziehen und zum anderen als kleiner Betrieb auch nur „geringe“ Mengen einkaufen, welche in diesem Maßstab gut beschaffbar sind. Wir sind aber fast täglich mit Preissteigerungen konfrontiert. Dies betrifft so gut wie alle Bereiche und daher auch den Fleischbereich. Generell sind alle Tierarten betroffen; wir bewegen uns hier in Bereichen von 15-30 %, abhängig von den Tierarten. In Extremfällen auch mehr. Neben der Unsicherheit der künftigen Rohstoff-Preisentwicklung wird das Thema Rohwaren-Verfügbarkeit sicherlich in Richtung Herbst/Winter 2022 für uns an Bedeutung zunehmen. Da dürfte aus heutiger Sicht mit zunehmenden Engpässen zu rechnen sein.

Fleisch & Co: Die größte Herausforderung stellt ja die Preis-Situation dar. Kann ein Unternehmen wie Spak die Erhöhungen dem Konsumenten zumuten?

Peter Spak jun.: Wir befinden uns in einem reinen Verkaufemarkt. Gefühlt sind beinahe alle unserer vielen Hundert Artikel knapp. Und preislich im hohen zweistelligen Prozent-Bereich angesprungen! Es ist schwer, zu identifizieren, wer hier aktuell versucht, unter dem Deckmantel Covid, Ukraine und Co. Gewinnsteigerungen durchzubringen und wer tatsächlich die drastischen Steigerungen bekommt. In jedem Fall ist es für uns als KMU unumgänglich, die erhaltenen Kostensteigerungen weiterzugeben, da unsere geringen Spannen derartige Veränderungen in keiner Weise erlauben. Die verrückten Vorlaufzeiten für Preisanhebungen von teilweise wenigen Tagen (trotz Verträgen!) machen uns sehr zu schaffen. Wir verstehen ja, dass auch der Handel Vorlaufzeiten hat. Alleine können wir das aber nicht abbilden! Weiters blicken wir mit Sorge auf die mangelnde Verfügbarkeit von Transporten – es fehlen viele Lkw-Fahrer in Europa – und die weiterhin schwierige Suche von qualifizierten und motivierten Mitarbeitern. All das wird in deutlich höheren Preisen am Regal resultieren. Wir zahlen auch auf die Politik, um Impulse für die vielen Haushalte zu setzen, die ohnehin ein knappes Haushaltsbudget haben.

Fleisch & Co: Stichwort Konsumenten: Wie entwickelt sich da die Nachfrage?

Peter Spak jun.: Die Verpackungen spielen in letzter Zeit eine immer größere Rolle. Wir merken, dass unsere Glasverpackungen als nachhaltiger wahrgenommen und verstärkt nachgefragt werden. Es gibt eine Konzentration auf Preiseinstiegsartikel auf der einen Seite, andererseits aber weiterhin stark wachsende Nachfrage nach biologischen und veganen Lösungen. Die Konsumenten werden auch kritischer und hinterfragen oftmals die Zutatenliste: Freiland Eier sind oft der Mindeststandard, regionale Rohstoffe aber auch zucker- und salzreduzierte Rezepte werden gefragt. Der Trend geht stark in Richtung „Clean Label“, wo das möglich ist und das Haltbarkeitsdatum nicht zu stark reduziert werden muss. Wir haben vieles bereits heute in unserem Portfolio und arbeiten intensiv mit unseren Partnern an Rezeptur-Optimierungen,

neuen Geschmäckern und besserer Abbildung der Shopper-Nachfrage.

Fleisch & Co: Was wird derzeit am meisten verkauft ?

Peter Spak jun.: Aus Umsatzsicht bleibt der Artikel ,Spak Mayonnaise 50 % (in der 10-Kilo-Große) unser Bestseller. Gerade in der Gastronomie gibt es wenige Kompromisse hinsichtlich Qualität und wir freuen uns, dass wir für viele Küchenchefs die erste Wahl sind! Im ,Retail wiederum freuen wir uns über starkes Wachstum unserer Fokusprodukte ,Das Österreicher sowie der ,Master Ketchup -Linie, die mit absoluter Spitzenqualität und überzeugendem Geschmack punkten können.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at