

Gabler-Saliter

Neuer Vorstoß mit Bio Barista

- Allgäuer Molkerei erwirtschaftete 2020 rund 50,5 Millionen Euro
- 21 Artikel umfasst das Portfolio von Gabler-Saliter

TEXT: HERBERT SCHNEEWEIß

Bio. Regionalität. Tierwohl. Nachhaltigkeit. Es sind die Mega-Trends in der Milchwirtschaft und gleichzeitig elementare Bestandteile der Unternehmens-DNA von Gabler-Saliter. Das umweltfreundliche Abfüllen in recycelbaren Glasflaschen gehört zur unverrückbaren Historie genauso wie ein ungebremstes Streben nach neuen klimafreundlichen Lösungen. Unermüdlich wird an der Optimierung der Gebinde und der CO₂-armen Herstellung der Produkte gearbeitet. Maßnahmen wie die Umstellung auf Ökostrom und LED-Technik sowie die Reduktion des Energieverbrauchs durch Investitionen in einen neuen Dampfkessel mit Brennwerttechnik wurden längst abgearbeitet. Kleine Details mit großer Wirkung stehen im Vordergrund: So setzen die Allgäuer bei ihrer Bio-Range auf leicht ablösbare Etiketten, die den Konsumenten Mülltrennung einfach machen. Für Energie-Fragen wurde längst ein fünfköpfiges Nachhaltigkeits-Team eingesetzt, das die Strategien der Unternehmensleitung vorantreiben soll.

Neue Zielgruppe im Fokus. Es ist eine zukunftsorientierte Positionierung, die vor allem auch jungen Zielgruppen den Griff auf Gabler-Saliter-Artikel erleichtert. Bestes aktuelles Beispiel: Bio Barista Milch. „Die Zusammensetzung garantiert feinporigen, cremigen und zugleich stabilen Milchschaum“, heißt es aus Obergünzburg. Die ultrahoherhitze Milch in der 500-ml-Glasflasche wird im H-Regal ebenso zu finden sein wie im Kühlregal. Die neuartige Etiketten-Gestaltung mit schwarzem Hintergrund schlägt elegant den Bogen von Tradition zu Moderne. Emanuel Bär, Abteilungsleiter

Emanuel Bär,
Abteilungsleiter
Vertrieb und
Marketing



Vertrieb und Marketing, erklärt: „Mit diesem Design bewegen wir uns in einer anderen Welt als bisher, da wir mit der Barista Milch auch jüngere Menschen ansprechen möchten.“ Bildsprache, Schrift und Grafik sind deutlich peppiger geworden. Wie bei Saliter üblich, zählt jedoch vor allem der Inhalt.

Ebenfalls künftig in den Regalen: Heumilch Kakao. „Die Heumilch dafür stammt von Bauern, die auf Bioland-Niveau arbeiten. Der Kakao ist UTZ-zertifiziert“, so Bär weiter. Sie enthalte doppelt so viele Omega-3-Fettsäuren und konjugierte Linolsäuren wie herkömmliche Milch. „Damit ist sie besonders gesund und bekömmlich.“ Der Fettgehalt bleibt naturbelassen vier bis 4,5 Prozent.

Entwicklung. Es sind diese Neuheiten, die Gabler-Saliter zuletzt sukzessive wachsen ließ. „Wir konnten 2020 einen Umsatz von 50,5 Millionen Euro erzielen“, so Bär. 2018 lag das Unternehmen noch bei einem Wert von 48,2 Millionen Euro, 2019 bei 49,6 Millionen Euro. Die Exportquote pendelte sich bei 22 Prozent ein. Der Österreich-Anteil steckt noch in den Kinderschuhen und kommt 2020 auf 0,1 Prozent.

Gabler-Saliter verarbeitet insgesamt 40 Millionen Liter Milch. „26 Prozent davon in Bio-Qualität.“ Dabei werden 21 Artikel unter der Marke sowie zehn verschiedenen Pulver-Mischungen angeboten.

→ Gabler-Saliter

50,5 Millionen
Euro im Jahr 2020

22 Prozent
Exportquote

40 Millionen Liter
Milch werden verarbeitet

Quelle: Gabler-Saliter