



Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH & Co KG

Ölz Meisterbäcker Daten & Fakten

Seit der Gründung durch Rudolf Ölz im Jahr 1938 hat sich Ölz als erfolgreiches und innovatives **österreichisches Familienunternehmen** etabliert. Mit höchsten Ansprüchen an die Qualität, einer laufenden Erweiterung der Vielfalt im Sortiment und mit konsequenten Investitionen in die **Kraft der Marke** hat sich das Unternehmen systematisch die **Marktführerschaft im Bereich Backwaren und Toastbrot** erwirtschaftet.

Heute ist Ölz Meisterbäcker nicht nur Österreichs umsatzstärkster Bäcker, sondern auch die bei weitem **beliebteste Backwarenmarke** in Österreich: Über 75% aller ÖsterreicherInnen greifen zu Ölz Produkten¹. Jede/r ÖsterreicherIn kennt die Marke Ölz (gestützt 96%)².

Nach der Übernahme der Unternehmensführung von seinem Vater Rudolf im Jahr 1974 hat Helmut Ölz das Unternehmen zu einem der führenden mitteleuropäischen Backwarenhersteller gemacht. Seit 2003 ist Bernhard Ölz Geschäftsführer der Ölz Meisterbäcker GmbH & Co KG. Heute leitet er als geschäftsführender Gesellschafter gemeinsam mit Mag. Daniela Kapelari-Langebner - Geschäftsführerin für Vertrieb, Marketing, Human Resources, Mag. Florian Ölz - Geschäftsführer Einkauf, Fuhrpark & Qualitätsmanagement, sowie Markus Stammen - Geschäftsführer Produktion, Supply Chain & IT, das Unternehmen.

Sortiment

Die Ölz Produktpalette umfasst **mehr als 100 Artikel sowie rund 30 saisonale Produkte** aus den folgenden Segmenten:

- **Feingebäck**
- **Konditoreiprodukte**
- **Ungefüllte Hefeteige**
- **Gefüllte Hefeteige**
- **Kuchen**
- **Toast & Sandwich**
- **Schnittbrote**
- **Burger**

Produktion

Die Ölz Backwaren werden in zwei Bäckereien in Dornbirn/Vorarlberg hergestellt: In der Bäckerei **Achmühle** und in der Bäckerei **Wallenmahd** werden an **insgesamt 11 Produktionslinien** die Ölz Spezialitäten gefertigt. Zu den **beliebtesten Ölz Backwaren** zählen die **handgeflochtenen Ölz Zöpfe** sowie die **Ölz Toast – und Sandwich Produkte**. Mit der Inbetriebnahme der Produktionsanlage für kleine Hefeteiggebäcke eröffnete Ölz der Meisterbäcker 2015 eine neue Ära in der Bäckereibranche. Als **erste europäische Großbäckerei** verarbeitet Ölz **Frischmilch**.



Im Jahr 2019 konnte die Produktion 80.000 Tonnen Backwaren herstellen.

Vertrieb

Ölz vertreibt seine Produkte im Lebensmittelhandel.

Umsatz

Seit der Unternehmensgründung ist Ölz Meisterbäcker kontinuierlich gewachsen. 2019 lag der Umsatz bei € 206,4 Mio.

Export

Ölz Qualitätsprodukte sind im In- und Ausland gefragt: Die Exportquote beträgt im Jahr 2019 rund 45%. Haupt-Exportländer sind Deutschland, Schweiz, Frankreich, Italien, Slowenien, Slowakei und Tschechien.

MitarbeiterInnen

Ölz Meisterbäcker beschäftigen insgesamt rund 925 MitarbeiterInnen.

Mehr als 100 Bäckermeister, Bäcker, Konditormeister und Konditoren sorgen dafür, dass die Ölz Produkte unter genauer Einhaltung der über Jahre hinweg überlieferten und laufend verfeinerten Rezepte hergestellt werden.

Die Marke Ölz

Ölz Meisterbäcker ist Marktführer im Bereich Backwaren und die beliebteste Backwarenmarke in Österreich:

- Österreichs Nummer 1 Bäcker³
- Hohe Sympathie & Weiterempfehlung: Ölz ist die beliebteste Backwarenmarke Österreichs⁴
- Markenbekanntheit: Jeder Österreicher kennt Ölz (gestützt 96%; spontan 76%)⁵
- 8 von 10 Österreichern greifen zu Ölz Produkten⁶

Wir backen mit Verantwortung

- Bereits **5 Mal** wurde den Ölz Meisterbäckern die **Klimaschutz-Auszeichnung klimaaktiv** für ihre energie- und ressourcenschonenden Aktivitäten verliehen (2011, 2015, 2016, 2017, 2019).
- Die Ölz Meisterbäcker backen zu **100% mit Grünstrom**.
- Ölz ist Teilnehmer des **Energie-Effizienz Netzwerk Österreich**
- Ölz der Meisterbäcker ist **RSPO Mitglied**
- Auch bei der **Initiative „Lebensmittel sind kostbar!“** vom BMLFUW ist Ölz ein aktiver Partner.
- Ölz der Meisterbäcker erhält für umfangreiche Maßnahmen für aktive Integration im Unternehmen den Vorarlberger **Integrationspreis 2017**.

Quellenangaben:

¹ (GfK, MAT August 2019)

² (Onlinebefragung, Talkonline N=300, Jänner 2019)

³ (Nielsen, Brand Equity Studie 2019)

⁴ (Nielsen, Brand Equity Studie 2019)

⁵ (Onlinebefragung, Talkonline N=300, Jänner 2019)

⁶ (GfK, MAT August 2019)