



Verena Pauls, Marketingleiterin des Pöbnecker Schokoladenwerkes Berggold, zeigt die Verpackung der neuen Pralinenvariation, die am 15. Februar zur ARD-Telenovela „Sturm der Liebe“ auf den Markt kommt. (Fotos [2]: OTZ/Marius Koity)

Aufwind mit „Sturm der Liebe“

Schokoladenwerk Berggold bringt Pralinenvariationen zu ARD-Telenovela auf den Markt

Von OTZ-Redakteur
Marius Koity

Pöbneck. „Sturm der Liebe“ heißt die jüngste Pralinenvariation von Berggold und es ist eine Neuheit, mit der das Pöbnecker Schokoladenwerk große Hoffnungen verbindet. Denn es ist das erste Mal, dass das Traditionsunternehmen die eigene Marke mit Hilfe einer fremden bzw. mit einem sogenannten Lizenzprodukt stärken will: „Sturm der Liebe“ steht für eine der meistgesehenen Serien im deutschen Fernsehen und von dieser will Berggold profitieren.

Die Telenovela „Sturm der Liebe“ wird seit fast fünf Jahren werktags im ARD-Nachmittagsprogramm ausgestrahlt. Zweieinhalb bis deutlich über drei Millionen Menschen und damit oft weit über ein Viertel der Leute, die zu diesem Zeitpunkt vor dem Fernseher sitzen, schauen bundesweit zu. Hunderttausende verfolgen die Liebesgeschichten außerdem in vormittäglichen oder nächtlichen Wiederholungen dritter Programme. Diesen vielen Fans von „Sturm der Liebe“



Jungfacharbeiter Roberto Müller prüft an der Pralinenproduktionsstrecke, ob alles seinen Gang geht.

soll das Hoffen und Bangen mit den Charakteren u. a. mit Aprikosencreme in Zartbitterschokolade versüßt werden. „Wenn nur jeder zehnte Zuschauer probiert, sind wir sehr zufrieden“, sagte Berggold-Geschäftsführerin Elvira Ortlepp gegenüber OTZ. Das neue Produkt wird auf der Internationalen Süßwarenmesse in Köln (31. Januar – 3. Februar) offiziell vorgestellt und ab 15. Februar bundesweit im Handel erhältlich sein. Damit hofft Berggold, in ganz Deutschland zum Begriff zu werden.

Der „Sturm der Liebe“ soll freilich auch für Aufwind in den Berggold-Bilanzen sorgen: Wurde das Jahr 2009 der Wirtschaftskrise zum Trotz insgesamt ohne Umsatzeinbußen abgeschlossen – konkrete Zahlen nennt der Betrieb nicht –, soll 2010 wieder ein überdurchschnittliches Wachstum erreicht werden. Zumal der Betrieb wieder auf hohem Niveau investieren will. So soll im Frühjahr die Kapazität des 2005 gebauten Hochregallagers auf dem Gelände an der Raniser Straße wesentlich erhöht

werden. Hinzu kommen neue Maschinen für die Erweiterung der Produktpalette. Großer Aufwand soll nach wie vor im Bereich Marketing betrieben werden. Für die Sanierung der Fassaden, über die sich die Pöbnecker manchmal Gedanken machen, seien die nötigen Millionen noch nicht gefunden worden. „Priorität habe nach wie vor die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Betriebes, der in Spitzenzeiten bis zu 130 Beschäftigte zählt.“

Diese werden ebenfalls ab Frühjahr nur noch natürliche Farben und Aromen verarbeiten. Im Sinne einer nachhaltigen Wirtschaft will Berggold außerdem gemeinsam mit einem Discounter die Zweckmäßigkeit selbst abbaubarer bzw. kompostierbarer Verpackungen aus Maisstärke überprüfen.

Was Ortlepp zurzeit sehr ärgert, ist der Kakaopreis: Der Schokoladengrundstoff ist so teuer wie seit 33 Jahren nicht mehr. „Wir versuchen, unsere Preise gegenüber dem Handel stabil zu halten“, sagte die Geschäftsführerin. Auf die Preise im Supermarktregal habe Berggold aber keinen Einfluss.