

Pizza für Amerika

Oetker will weltgrößten Markt knacken / Bielefelder Marke in 1.900 Geschäften

VON JAN RÖBMAN

■ **Bielefeld.** Oetkers Pizzabeauftragte für die USA ist realistisch: „In Amerika hat niemand auf unsere Pizzen gewartet.“ Dunja Schüssler zeigt den 100 Zuhörern im Vortragssaal des Konzerns das Leinwandbild eines zehntürigen Tiefkühlschranks in einem New Yorker Supermarkt mit Hunderten von Pizzen. Oetker will amerikanische Platzhirsche verdrängen. Bei der IHK-Begegnungswoche erzählt Schüssler von den Erfahrungen des Konzerns auf dem Markt der unbegrenzten Möglichkeiten.

Seit fünf Jahren sondiert das Bielefelder Unternehmen den riesigen Pizzamarkt der USA. Rund 35 Milliarden Dollar geben die Amerikaner jedes Jahr für die belegte Teigspeise aus. Zwar machen Tiefkühlpizzen nur acht Prozent davon aus, doch allein das ist so viel wie der gesamte Pizza-Umsatz aller europäischen Länder zusammen.

Kein Wunder, dass der Oetker-Konzern, der in 35 Ländern aktiv ist, seine Fühler ausstreckt. Doch viele Europäer unterschätzen die Unterschiede zum Geschmack der transatlantischen Partner. „Essen die nicht das Gleiche wie wir?“, fragt Schüssler rhetorisch. Natürlich nicht.

Die 37-Jährige muss es wissen. Zweieinhalb Jahre war sie eine Speerspitze von Oetkers Expansionsdrang im Wilden Westen.

In Kalifornien etwa ist Bio-Pizza angesagt, und gesunde, frische Mahlzeiten sollen auf den Tisch kommen. Die Menschen im Mittleren Westen bevorzugen hingegen deftige Sattmacher. Hier muss der Pizzaboden dick sein. Und an der dichtbesiedelten Ostküste ist der europäische Einfluss groß – die New Yorker wünschen sich einen dün-

nen, krossen Boden.

Wegen der Ähnlichkeit zum Heimatmarkt und der dichten Besiedelung konzentriert sich Oetker auf den Nordosten des Landes. Doch während hierzulande drei große Händler den Lebensmittelmarkt beherrschen (Real, Metro, Rewe), streiten sich hunderte regionale um mehr als die Hälfte des US-Marktes. Dennoch standen vor einem halben Jahr die ersten „Ristorante“ in den Tiefkühlregalen der USA. Heute ist Oetker bei zwölf Händlern gelistet. In 1.900 Geschäften gibt es die Marke für 4,99 Dollar zu kaufen. „Etwas günstiger, weil kleiner als die Key-Mitbewerber.“ Trotzdem ist die amerikanische Ristorante noch fünf Zentimeter größer als ihr deutsches Pendant. Gebackten wird sie im pfälzischen Wittlich, um dann auf Schiffen der Oetker-Reederei Hamburg Süd Richtung Philadelphia gebracht zu werden.

Wie viele Pizzen Oetker bisher in den USA unter die Leute brachte, will Schüssler nicht verraten. Und die bisher erzielten Umsätze sind auch in einer Vortragspause tabu. Wann die Testphase in den USA beendet ist, bleibt ebenfalls geheim. Schließlich könnte man an den eigenen Zielen scheitern.



US-Pizza-Expertin: Dunja Schüssler von Dr. Oetker. FOTO: RUDOLF