



Success Story Kotányi

Wie sich die innovative Gewürzmühle von Kotányi in Kooperation mit Vetropack stetig weiterentwickelt hat

Dauerbrenner im Gewürzregal

Mit der Einführung einer ergonomisch geformten Gewürzmühle mit integriertem Mahlwerk traf der österreichische Gewürzhersteller Kotányi den Nerv der Zeit. Über die Jahre wurde nicht nur das Mahlwerk verbessert, sondern die Mühle dank Glasverpackungshersteller Vetropack auch immer leichter und damit nachhaltiger.



So gut wie jeder in Österreich kennt sie: Die ikonische Gewürzmühle von Kotányi. Mit ihrer an eine Sanduhr erinnernden Form und dem eingebauten Mahlwerk passt sie perfekt zu den Kochgewohnheiten des 21. Jahrhunderts und macht alltägliche und exotische Gewürze auf besondere Art zugänglich. Hergestellt wird sie vom österreichischen Traditionsunternehmen Kotányi; die Glasgebinde dafür kommen seit 2003 von der Schweizer Unternehmensgruppe Vetropack. Noch viel weiter zurück liegen die Anfänge des Familienunternehmens Kotányi,

das bereits 1881 im ungarischen Szeged als Paprikafabrik gegründet wurde und schon bald nach Wien expandierte.

CEO Erwin Kotányi trat genau 100 Jahre später, nämlich 1981 und mit nur 24 Jahren ins Unternehmen ein. Seit über 40 Jahren führt er Kotányi in 4. Generation und erinnert sich: «Nach Übernahme eines Marktbegleiters waren wir Mitte der 80er Jahre in einer sehr guten Position, um international zu expandieren. Der Fall des Eisernen Vorhangs war eine weitere



Erwin Kotányi
CEO Kotányi

Steilvorlage für uns: Dank unseres Pionier- und Innovationsgeistes konnten wir vor allem in Ost- und Südosteuropa schnell Fuss fassen und halten dort bis heute hohe Marktanteile.»

Tradition vereint mit Vielfalt und Nachhaltigkeit

Mit 450 Gewürzmischungen, über 5000 auch länderspezifischen Produkten und mehr als 650 Mitarbeitern ist Kotányi heute eine weltweit bekannte Marke. Produziert wird ausschliesslich in Wolkersdorf nahe Wien, inzwischen liefert Kotányi in 32 Länder weltweit. «Die Gewürzmühle erweist sich auch nach 20 Jahren immer noch als Türöffner für neue Märkte, aktuell zum Beispiel in Brasilien», so Erwin Kotányi weiter. «Wir sehen uns als Innovationsführer und investieren fortlaufend in Produkte und Technologien, zuletzt haben wir 2022 für 11 Mio. Euro unsere Produktion in Wolkersdorf erweitert, um höhere Stückzahlen erreichen zu können.» Natürlich müsse man auch veränderten Koch- und Essgewohnheiten Rechnung tragen: Dazu gehören zum Beispiel gesundheitsbewusstes und fleischloses Essen, aber auch ein Mehr an Schärfe und Trends wie rauchiger Geschmack. Kotányi hat deshalb vielfältige Chili-Variationen im Sortiment und bietet seit Kurzem auch Snacks an, zum Beispiel Apfel-Chips, verfeinert mit Minze oder Zimt.

**«Wir sehen uns
als Innovationsführer und
investieren fortlaufend
in Produkte und Technologien.»**

Erwin Kotányi

2023 feiert die Gewürzmühle ihr 20-jähriges Jubiläum. Aktuell wird sie in über 70 Varianten angeboten, von «Himalayasalz» bis «Chili Chipotle geräuchert». Das Sortiment ist dabei von Land zu Land je nach Tradition und Geschmack unterschiedlich, in Polen spielt zum Beispiel Piment (Nelkenpfeffer) eine grosse Rolle, obwohl es eigentlich aus Mittelamerika stammt. Elisabeth Eckmayr, Produktmanagerin bei Vetropack Österreich und seit über 20 Jahren im Unternehmen, sagt: «An die

Entwicklung der Mühle im September 2002 kann ich mich noch gut erinnern. Das Besondere an ihr ist nicht nur die charakteristische Form, sondern sie ist auch sehr praktisch: Man kann sie nicht nur zum Kochen hernehmen, sondern auch zum Nachwürzen am Tisch oder zum Verfeinern des Kaffees.» Seit der Produktionsaufnahme im Jahr 2003 hat sich das Volumen soweit vervielfacht, dass im Vetropack-Glaswerk in Pöchlarn (Österreich) eine eigene Produktionslinie für die Herstellung von Gewürzmühlen eingerichtet wurde.

Mehr Inhalt trotz leichterer Verpackung

Anfänglich besass das Gebinde ein Fassungsvermögen von 97 ml bei einem Glasgewicht von 127 g. Über die Jahre wurde das Produkt immer leichter und konnte mehr Inhalt fassen. «Wir überprüfen etwa alle sechs bis acht Jahre unsere Verpackungen. Das ist auf der einen Seite wichtig, um im Regal und der Gastronomie gegenüber dem Wettbewerb zu bestehen. Auf



Alexander Eidelpes,
Leiter Einkauf Kotányi



der anderen Seite geht es immer stärker um Nachhaltigkeit – jedes Gramm weniger spart Energie und Emissionen über die gesamte Wertschöpfungskette ein», betont Erwin Kotányi. Auch funktional entwickelte sich die Mühle weiter: «2011 wurde die Mündung angepasst und im Jahr 2012 sind wir in Zusammenarbeit mit Kotányi auf ein zweistufiges Mahlwerk – grob oder fein – umgestiegen», berichtet Eckmayr. «Heute fasst die Mühle 101 ml und wiegt aktuell noch 108, zukünftig aber nur noch 106 Gramm. Das entspricht einer Gewichtsreduktion von 16,5 Prozent in den letzten 20 Jahren.»

Mit Vetropack verbindet Kotányi eine lange und fruchtbare Geschäftsbeziehung, die 2002 mit der Entwicklung der Mühle richtig Fahrt aufnahm. Daneben liefert Vetropack noch zwei weitere Gewürzgläser mit jeweils 110 ml und 95 g Gewicht. «Die Nähe zu uns, die Liefertreue und Flexibilität bei schwankenden Stückzahlen, vor allem aber auch Innovationskraft und Aussendienstexpertise machen Vetropack zu einem wertvollen Partner», sagt Alexander Eidelpes, Leitung Einkauf bei

Kotányi. «Zukünftig wollen wir noch enger zusammenarbeiten, um unsere gemeinsamen Prozesse zu optimieren, zum Beispiel hinsichtlich CO₂-Reduktion, Sourcing von Energie und Nachhaltigkeitskommunikation – gerade was die Entsorgung der Gläser angeht. Natürlich sind auch Neuerungen bei den Verpackungen jederzeit möglich. Hinsichtlich Produktvielfalt und Innovation können wir uns auf Vetropack jederzeit verlassen.»

Auch künftig wird die Gewürzmühle eine zentrale Rolle für Kotányi spielen: Aktuell ist das Unternehmen dabei, im Gespräch mit Distributoren den Markteintritt in England vorzubereiten. Erwin Kotányi abschliessend: «Die Mühle ist weltweit sehr erfolgreich und kommt oft ohne grosses Marketing aus. Sie sticht im Regal hervor und vereint ansprechendes Design mit hoher Qualität und Funktionalität. Vetropack hat daran grossen Anteil.»