



V.l.n.r.: Christina Kieni Römer, Direktorin Marketing, Andrea Schwab, Leiterin Consumer Experience & Innovation

Interview mit

Christina Kieni Römer und Andrea Schwab, Wander AG

Ovo Break – der Star der richtig cruncht!

Mit grosser Freude gratulieren wir der Firma Wander zum Gewinn des diesjährigen Promarca Star of the Year für ihre Innovation Ovo Break. Als eine der bekanntesten Marken der Schweiz hat Ovomaltine über Generationen hinweg die Herzen der KonsumentInnen erobert – und das seit 120 Jahren. Mit Ovo Break bringt Wander nun eine spannende Ergänzung ins Sortiment: Eine knusprige Waffel, gefüllt mit der unverwechselbaren Ovo Crunchy Cream, die bei jedem Bissen für ein einzigartiges „Crunch-Erlebnis“ sorgt.

In diesem Interview möchten wir mehr über die Entstehung von Ovo Break, die Herausforderungen bei der Produktentwicklung und die Zukunftspläne von Wander erfahren.

Christina Kieni Römer und Andrea Schwab gaben uns einen Einblick.

Ovo Break kombiniert den beliebten Geschmack der Crunchy Cream mit einer knusprigen Waffel. Was war die Inspiration für diese Produktinno-

vation, und wie unterscheidet sie sich von anderen Snacks auf dem Markt?

Andrea: Die Inspiration für Ovo Break entstand aus einem ganz alltäglichen, aber sehr besonderen Moment, den viele SchweizerInnen nur zu gut kennen: das morgendliche Ritual, den Ovo Crunchy Cream Brotaufstrich auf frischem Brot zu geniessen. Dieser unverwechselbare Geschmack, den unsere KonsumentInnen schon seit Langem lieben, ist fester Bestandteil auf vielen Frühstückstischen. Doch immer wieder kam die Frage: „Wie kann ich diesen Genuss auch unterwegs – z.B. während einer Pause im Alltag - erleben?“.

Christina: Genau da setzt unsere Idee an. Wir wollten die Freude, die unser Ovomaltine Brotaufstrich am Frühstückstisch bringt, in den Alltag holen – ob auf dem Weg zur Arbeit, in der Schule oder beim Wandern. Die Herausforderung bestand darin, die cremige und knusprige Textur, in ein Format zu bringen, welches man überallhin mitnehmen kann – nicht im Glas, ohne Messer, ohne Brot, nur purer Ovo-Genuss für unterwegs.

Andrea: Die Innovation Ovo Break hebt sich schon nur durch den unverwechselbaren, malzigen Ovomaltine-Geschmack ab, den unsere KonsumentInnen kennen und lieben. Doch was den Ovo Break ganz besonders macht, ist die aussergewöhnliche Textur: Schicht für Schicht trifft man auf feine Schokolade, eine leichte, knusprige Waffel und die crunchig-cremige Ovomaltine Crunchy Cream Füllung. Diese Kombination sorgt für ein einzigartiges Snack-Erlebnis, das es so auf dem Markt nicht gibt. Und selbstverständlich kann man es auch nach einem Ovo Break «Nicht besser. Aber länger.»

Ovomaltine ist seit 120 Jahren eine ikonische Marke. Wie bleibt Wander bei der Entwicklung neuer Produkte wie Ovo Break der Tradition treu und berücksichtigt gleichzeitig moderne Trends und Konsumentenwünsche?

Christina: Unser Entwicklungsprozess beginnt immer damit, dass wir uns den Hut der KonsumentInnen aufsetzen. Wir verfolgen aufmerksam ihr Verhalten und sprechen regelmässig mit ihnen über mögliche Produktwünsche. Wir wollen genau verstehen, was sie wirklich brauchen und welche Wünsche und Herausforderungen sie haben und welche Rolle Ovomaltine dabei spielen kann. Wir beobachten zudem den Markt sorgfältig, um neue Konsumtrends frühzeitig zu erkennen.

„Wir wollten die Freude, die unser Ovomaltine Brotaufstrich am Frühstückstisch bringt, in den Alltag holen.“

Andrea: Nur wenn unsere Markenwerte und die Konsumentenbedürfnisse übereinstimmen, beginnen wir mit der Produktentwicklung. Dabei gilt: Jedes neue Produkt muss strenge Kriterien erfüllen. Selbst wenn die Idee begeistert, kommt es nur dann auf den Markt, wenn es den Ovomaltine Geschmack und die Qualität perfekt widerspiegelt. So bleiben wir unserer Tradition treu und passen uns modernen Bedürfnissen an, indem wir authentisch bleiben und auf nachhaltige statt schneller Trends setzen.

Wie viel Schweiz steckt im Ovo Break?

Christina: Wo Ovomaltine draufsteht, ist auch Ovomaltine drin. Im Fall des Ovo Break Riegels macht sie fast 50 % des Produkts aus. Die Basis bildet die Ovomaltine Crunchy Cream mit ihrer unverwechselbaren Textur. Die knusprigen Stückchen bieten ein einzigarti-

ges Geschmackserlebnis – ganz ohne Palmöl, dafür mit Schweizer Rapsöl und seit 2016 sorgfältig hergestellt im bernischen Neuenegg.

„Wo Ovomaltine draufsteht, ist auch Ovomaltine drin. Im Fall des Ovo Break Riegels macht sie fast 50 % des Produktes aus.“

Ovo Break wird als „süßer Snack, köstliches Dessert oder Energiekick« beschrieben. Für welche Zielgruppen wurde das Produkt primär entwickelt?

Andrea: Der Ovo Break Riegel wurde primär für eine jüngere Käufergruppe entwickelt, welche auch unterwegs nicht auf Ovomaltine Crunchy Cream verzichten kann. Dies sind junge Erwachsene zwischen 18 – 33 Jahren, welche einen aktiven Lebensstil pflegen und entsprechend Energie brauchen, um das Leben in vollen Zügen zu geniessen. Auch sie brauchen mal eine Pause und da passt der Ovo Break perfekt – die erste Pause die richtig cruncht!

Ovomaltine steht für feine Energie und Ausdauer. Wie unterstützt Ovo Break das Versprechen der Marke, KonsumentInnen länger „dranbleiben“ zu lassen, und welche Rolle spielen dabei die Inhaltsstoffe?

Christina: Ganz einfach, weil in jedem Ovo Break über 30 % Ovomaltine Crunchy Cream und insgesamt fast 50 % Ovomaltine aus Neuenegg drinsteckt. Dank den wertvollen Inhaltsstoffen, wie Malz, Milch, Kakao und Vitaminen liefert Ovomaltine seit jeher natürliche und langanhaltende Energie.



Ovo Break bietet ein besonders intensives „Crunch-Erlebnis“. Welche technologischen oder produktionstechnischen Herausforderungen mussten bewältigt werden, um die perfekte Kombination aus Waffel und Cream zu erreichen?

Andrea: Auf der einen Seite mussten drei ganz unterschiedliche Elemente – Waffel, Crunchy Cream, Schokolade – so zu einem Gesamtprodukt vereint werden,

dass es technologisch umsetzbar und finanzierbar war und für eine gewisse Zeit haltbar.

Auf der anderen Seite war unser Ziel, ein Produkt zu schaffen, das geschmacklich ein klar ausgeprägtes Ovo Erlebnis bietet und damit einen hohen Wiedererkennungswert, also ein Ovo-Wooooow Erlebnis. Das alles unter einen Hut zu bringen, war nicht immer ganz einfach und das Team war ziemlich gefordert.

Mit über 30 Produkten im Ovomaltine-Sortiment – von Brotaufstrichen bis Müesli – wird immer wieder erfolgreich innoviert. Was können Fans der Marke in Zukunft erwarten?

Andrea: Die Fans von Ovomaltine dürfen sich auf eine spannende Zukunft freuen, denn eines ist sicher: Wir ruhen uns nicht auf unseren Klassikern aus. Ovomaltine war schon immer eine Marke, die Genuss und

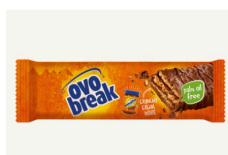
Energie auf eine einzigartige Weise verbindet – und das bleibt auch unser Kompass für zukünftige Innovationen.

Christina: Es gibt viele Momente, wo gute Energie in unterschiedlichen Formen geschätzt wird. Somit sind wir mit unseren Ideen für neue Produkte noch lange nicht am Ende. Gerade eben haben wir Ovo Time lanciert, ein knuspriges Schokoladentäfelchen – perfekt für dich selbst oder zum Verschenken. Über geplante Neuheiten sprechen wir, sobald die Zeit reif ist.

„Die Fans von Ovomaltine dürfen sich auf eine spannende Zukunft freuen.“



Top 12 der Konsumentinnen und Konsumenten 2024:



1
Ovo Break



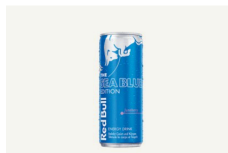
2
Knoppers Goodies



3
Rivella Gelb



4
Zweifel Vaya Bean Waffles



5
Red Bull The Sea Blue Edition



6
Eve Limited Edition Pink Mimosa



7
Emmi Energy Milk High Protein Double Zero Strawberry Banana



8
WC-Ente Total Aktiv Gel Tropical Summer



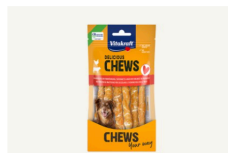
9
Perwoll Renew Blütenrausch



10
Oral B Pro Sensitive Clean



11
Freixenet Alcohol Free 0.0%



12
Vitakraft Delicious Chews Kaurollen