



Chipzz, die sichtlich Freude bereiten: Mariusz Pregowski (li.) und Dariusz Balawender (2. v. re.) bei einer Aktion in Berlin mit begeisterten Knabberfans.

Das Beuteldesign verweist auf die traditionelle Papierverpackung von Tapas Chips in Spanien. (Fotos: vtrade)

Chipzz zelebrieren den Lifestyle

Dariusz Balawender und Mariusz Pregowski haben mit Chipzz eine Marke kreiert, um den Crunch-Aficionados authentische Kartoffelchips aus Spanien zu bieten.

Von Alfons Strohmaier

Mit großem Enthusiasmus und sehr viel Esprit haben sich Dariusz Balawender und Mariusz Pregowski ans Werk gemacht, eine besonders authentische Marke für spanische Kartoffelchips aufzubauen. Beide können auf langjährige Erfahrungen in ihren Fachgebieten und eine große Expertise zurückgreifen. Balawender lebte lange Zeit in Spanien und war dort im Marketing-Business sehr erfolgreich. Dank seiner Kompetenz und des umfangreichen Netzwerks bringt er Inspiration und viele Ideen in das gemeinsame Unternehmen ein. Pregowski ist seinerseits bereits seit 2004 mit der Firma Prego Vertrieb, einem Groß- und Einzelhandel und einem Internet-Handel für Lebensmittel aus Polen, bundesweit aktiv. Er glänzt mit seinem Wissen in punkto Vertrieb und Handel sowie den guten Kontakten in Deutschland.

Zunächst hatte Balawender Tapas Markt mit seiner Frau gegründet, die Ende 2020 aus dem Projekt ausstieg. Mit dieser Plattform haben sich die beiden Manager seither im Online-Verkauf von spanischen Lebensmitteln und Getränken sowie als Cateringbetrieb etabliert. Zum Angebot gehören hochwertige spanische Produkte wie renommierte Schinken- und Wurstwaren, Molkereiprodukte, Olivenöle, aber auch mediterrane Convenienceprodukte und Beilagen. Da lag es nahe, auch die in Spanien wegen ihres besonderen Crunch beliebten einheimischen Chips ins Programm aufzunehmen. Es entstand ein kleines, feines Sortiment mit Tradition und zugleich einem Hauch von Moderne.

Doch wie macht man im hart umkämpften Markt auf die Besonderheiten der Chips aufmerksam? Schon der Markenname „Chipzz – Kartoffeln in Bestform“ zieht die Aufmerksamkeit auf sich, ebenso das

Markenlogo mit Herz und Krone sowie die ungewöhnlichen Beuteldesigns. Hinzu kommen zahlreiche Marketingaktivitäten, die das Team von vTrade UG mit Sitz in Görlitz mit bescheidenem Budget, aber sehr großer Wirkung zelebrieren und über Social Media verbreiten. In Kürze wird die Rechtsform in eine GmbH gewandelt.

„Es gibt Chips und es gibt Chipzz, die super crunchy und unglaublich lecker sind und Lust auf noch mehr machen“, erzählt Pregowski. „Jede Tüte von uns hat einen einzigartigen Geschmack und obendrein eine spannende Geschichte.“ Die Verantwortlichen verweisen auf die besten Kartoffeln, die von der Hochebene Castilla y Leon stammen. Sie werden schonend gewaschen und handverlesen in großen Pfannen mit hochwertigem Sonnenblumenöl geröstet. Mit einem Hauch feinem Meersalz werden sie verfeinert und schließlich frisch in die Beutel verpackt.

Warum die Chipzz einen solch speziellen Crunch haben, bleibt indes Firmengeheimnis. Nur so viel: Das besondere Röstverfahren mache diese Kesselchips zu einem einzigartigen Geschmackserlebnis, schreibt das Unternehmen. Der Start erfolgte mit Edel-Kessel Chipzz in den Sorten Classic, nur leicht gesalzen, knusprig und immer frisch, und Serrano, mit dem authentischen Geschmack von Serrano-Schinken. Mitte 2022 kamen dann die drei Varianten Sal de Mar,

Für das laufende Jahr plant vTrade die Einführung von Slabs in den drei Sorten Slightly Salted, Cheese & Onion sowie Salt & Malt Vinegar auf dem deutschen Markt. Die neuartigen Chips sind dicker als herkömmliche Chips und eignen sich so z. B. für Gastronomie, Catering und Hobbyköche perfekt als Unterlage für kleine Happen. Das Feedback der internationalen Besucher auf der Anuga sowie in Test-Märkten sei überwältigend, berichten Balawender und Pregowski, zumal es ähnliche Snacks in Deutschland nicht gibt.





unwiderstehlich mit bestem spanischem Meersalz, Paprika, gewürzt mit dem herkunftsgeschützten Gewürzpulver Pimenton de la Vera mit leichter Rauchnote und pikanter Schärfe, und Trüffel, dem edlen Gourmetgenuss aus Spanien, hinzu. Das Sortiment ergänzen seit August 2023 die Edel-Kessel Chipzz Hierba mit dem einmaligen Aroma mediterraner Kräuter sowie Vinagreta – „ein wahres Meisterwerk der Geschmackskunst, das die süßen und sauren Elemente perfekt miteinander verwebt“, wie die junge Firma dazu schreibt. 2024 sollen die neuartigen, besonders großen und dicken Slabs hinzukommen, so dass vTrade dann auf ein starkes Facing im Snackregal bauen kann.

Beim Marketing setzen Balawender und Pregowski, heute Joint Chief Executive Officer von vTrade, vor allem auf den direkten Kontakt mit den Verbrauchern. „So haben wir erst nach vielen Anläufen den lang gesuchten Geschmack und die gewünschte Knusprigkeit unserer

Chips erhalten. Im Anschluss haben wir Freunde aus der Lebensmittelbranche und Passanten auf der Straße nach ihrer Meinung gefragt. Ihre Gesichter haben bestätigt, dass wir mit unserer Mission richtig liegen“, berichtet Pregowski. Nicht nur die Aktion Chipzzface in Berlin ist daraus hervorgegangen, sondern weitere Aktivitäten im Social Media-Sektor. Eine besondere Ehre für die noch junge Marke war zudem die lobende Erwähnung der Paprika Chipzz im Publikumsmagazin „Lust auf Genuss“ aus dem Burda-Verlag unter der so trefflichen Schlagzeile „Willkommen in der neuen Knusperliga“.

Chipzz sind bereits in vielen Supermärkten erhältlich

Auch das #Chipzzit #Gewinnspiel auf Facebook, bei dem die Teilnehmer witzige Slogans für die Sprechblasen der Charakterköpfe auf der Packung kreieren sollten, fand großen Anklang. „Es sollte ein Satz sein, der amüsiert,

motiviert und Spaß macht und zu uns Crunch-Aficionados passt“, hieß es in der Beschreibung zum Gewinnspiel, bei dem ein großer Karton Chipzz zu gewinnen war. Doch nicht nur online will das Team die besondere Qualität der Chipzz kommunizieren; auch am POS fallen die kulinarischen Erinnerungen an die iberische Halbinsel dank der Zweitplatzierungen und natürlich anmutender Displays auf.

Die Chipzz sind bereits in vielen führenden Supermärkten in Deutschland erhältlich, darunter Edeka, Budni und in vielen weiteren Geschäften. Inzwischen folgte bei einem Handelspartner auf das Streckengeschäft die Listung in der Zentrale; und bei einer weiteren Handelskette in Mitteldeutschland sind die Chipzz mit drei Sorten dauerhaft in rund 250 Märkten platziert. Die Abverkaufszahlen stimmen das Team ebenfalls optimistisch: Die Edel-Kessel Chipzz kommen bei den Verbrauchern offensichtlich gut an.

Der Auftritt auf der Anuga mit den neuartigen Slabs hat die Visionäre zusätzlich beflügelt. „Wir haben in den fünf Messetagen viele fruchtbare Gespräche geführt, vor allem auch mit Fachbesuchern aus dem Ausland, ob Georgien, Australien, Libanon oder China“, erzählt Balawender. „Wir sind sicher, dass die Geschmacksvielfalt der spanischen Kultur bald zu den Lieblingssnacks vieler Verbraucher in Deutschland und darüber hinaus gehören wird.“ Über eine weitere Auszeichnung können sich Pregowski und Balawender freuen: Die Chipzz wurden als Beigabe zum Goodie Bag des Bundespresseballs in Berlin auserkoren. Entsprechend erwartet das Duo, dass die Zuwachsraten, die bisher immer bei 100 Prozent lagen, auch künftig stark steigen werden. •



Die prominenten Zweitplatzierungen sorgen in den Supermärkten für eine große Aufmerksamkeit.

chipzz.de