

Deutsche Brezel trifft auf Wiener Flair: Ditsch startet in Österreich

Mit der ersten Filiale am Wiener Hauptbahnhof bringt Ditsch seine Brezelspezialitäten nach Österreich – und setzt auf Expansion im heimischen Snack-Markt.



© Valora Gruppe

Brezeln aus Deutschland nun auch in Wien erhältlich

Die traditionsreiche **Bäckereikette Ditsch**, die in Deutschland mit ihren Laugenbrezeln Kultstatus genießt, ist nun auch in Österreich vertreten. Der erste Standort wurde im April 2025 am **Wiener Hauptbahnhof** eröffnet – ein stark frequentierter Verkehrsknotenpunkt, der täglich tausende PendlerInnen, Reisende und Einheimische anzieht. „Der Hauptbahnhof ist für uns ein idealer Ort, um die Marke Ditsch erstmals in Österreich

zu etablieren“, erklärt Sarah Johannes, Director Concept & Brand. Mit einem vielfältigen Angebot an herzhaften und süßen Snacks möchte man nun auch das österreichische Fach- und Publikum begeistern.

Von Brezeln bis Croissants - Sortiment mit System

In der neuen Filiale erwartet die Kundschaft eine Auswahl klassischer und moderner Snack-Backwaren:

Laugenbrezeln aus eigener Produktion

Frisch belegte Laugenvarianten

Pizzasnacks

Croissants und süße Teilchen

Heiß- und Kaltgetränke

Alle Produkte werden in Deutschland vorgefertigt, tiefgekühlt geliefert und vor Ort frisch aufgebacken – ein bewährtes Konzept, das Ditsch an über 170 Standorten in Deutschland erfolgreich etabliert hat.

Österreichischer Markt im Blick

Mit der Eröffnung in Wien verfolgt das Unternehmen ein klares Ziel: die Expansion im österreichischen Markt. Für BäckerInnen, KonditorInnen und andere Gewerbetreibende ist diese Entwicklung besonders relevant, denn Ditsch gehört zur **Valora Gruppe** – einem großen europäischen Anbieter von sogenannten „Foodvenience“-Konzepten. Die Valora Gruppe ist auch in Österreich aktiv und betreibt auch das Format **BackWerk** bei uns. Die Integration von Ditsch in dieses Netzwerk könnte mittelfristig weitere Standorte im Land

bedeuten.

Brezelboom auch international

Ditsch verfolgt nicht nur in Europa, sondern auch weltweit eine klare Wachstumsstrategie. Zuletzt wurde ein Standort im mexikanischen Monterrey eröffnet – dort als Shop-in-Shop-Lösung in der OXXO-Kette. Insgesamt beliefert Ditsch mittlerweile KundInnen in 38 Ländern mit Laugengebäck – von der Gastronomie bis zum Großhandel. Auch in Österreich erfreut sich Laugengebäck zunehmender Beliebtheit – nicht nur in urbanen Zentren, sondern auch in Cafés, Tankstellen und SB-Märkten.

Bedeutung für das österreichische Bäckerhandwerk?

Die Expansion internationaler Konzepte wie Ditsch zeigt einmal mehr, wie dynamisch sich der Markt für Snack- und Convenience-Produkte entwickelt.

Für heimische Betriebe ergeben sich dadurch verschiedene Perspektiven:

Aspekt	Mögliche Auswirkung für Betriebe
Konkurrenz durch Ketten	Höherer Innovationsdruck im Snack- und To-Go-Bereich
Nachfrage nach Laugengebäck	Chance zur Sortimentserweiterung mit regionalen Rezepturen
Verändertes Konsumverhalten	Mehr Fokus auf Mobilität und schnelle Verfügbarkeit von Backwaren
Potenzielle Kooperationen	Zulieferung, Vertrieb oder Standortpartnerschaften mit Großanbietern

Tradition trifft Systemgastronomie

Ditsch bringt über 100 Jahre Erfahrung in der Herstellung von Laugengebäck mit. Die Produkte entstehen in deutschen Produktionsstätten mit hohem Qualitätsanspruch und werden zentral gesteuert – ein Modell, das sich klar von klassischen Handwerksbäckereien unterscheidet. Das Unternehmen betont jedoch die Bedeutung handwerklicher Qualität, etwa beim Teig und der Herstellung der klassischen Brezel. Das Zusammenspiel aus traditioneller Rezeptur und moderner Logistik soll auch in Österreich für einen erfolgreichen Start sorgen.

Ein neuer Player für Österreichs Snacklandschaft

Die Eröffnung von **Ditsch am Wiener Hauptbahnhof** dürfte nur der Anfang sein. Die Kombination aus bekanntem Sortiment, starker Marke und strategisch gewähltem Standort macht den Einstieg vielversprechend. Für das heimische Bäckerhandwerk gilt es nun, sich mit Qualität, Regionalität und individueller Note zu positionieren – und die Entwicklungen im Bereich Foodvenience aktiv mitzugestalten.

Besuchen Sie uns auf: baeckerzeitung.at