

# WHITEPAPER: ERFOLGSGESCHICHTE DES STARTUPS THE BITERY



## EINLEITUNG

The Bitery ist ein innovatives Startup, das sich in der dynamischen Lebensmittelbranche schnell etabliert hat. Mit einem klaren Fokus auf Qualität und Convenience hat das Unternehmen es geschafft, innerhalb kurzer Zeit eine bedeutende Marktposition aufzubauen.

Dieses Whitepaper gibt einen Überblick über die Meilensteine, Erfolge und strategischen Entscheidungen von The Bitery bis Anfang 2024.

## ENDE 2022: KONTAKT ZWISCHEN THE BITERY UND DER INNOVATIONSAGENTUR RED RABBIT

Ende 2022 nahm The Bitery mit Red Rabbit Kontakt auf, um eine strategische Partnerschaft zu beginnen. Die Zusammenarbeit war von Anfang an durch einen offenen Austausch zwischen den Partnern geprägt und schließt bis heute die Integration weiterer Partner und Freelancer im Sinne einer Co-Creation mit ein. Durch diesen Vernetzungsprozess wurden kreative Impulse generiert und Synergien geschaffen, die die Entwicklung und Vermarktung der innovativen Produkte von The Bitery maßgeblich unterstützten.

Besonders hervorzuheben sind hier die Zusammenarbeit mit der Designagentur "fibra" und die damit erreichten Optimierungen am Marken- und Packagingdesign. Wie etwa: die Entwicklung einer spezifischen Farbwelt zur Schaffung von maximalem shelf-impact bei gleichzeitiger Betonung der sortenspezifischen Aspekte und der Aufbau eines modularen Designbaukastens zur systematischen Anwendung des geschärften Markenauftritts auf allen künftigen Produktverpackungen und off-pack Kommunikationsmitteln.

## ANFANG 2023: DIE PRODUKTEINFÜHRUNG VON COOKIE DOUGH



Im Januar 2023 lancierte The Bitery erfolgreich ihre erste Produktlinie, den Cookie Dough, bestehend aus vier einzigartigen Sorten. Die Produkte wurden schnell bei bedeutenden Lebensmitteleinzelhändlern wie Bunting, Käfer, REWE und Tegut gelistet. Durch kontinuierlich hohe Abverkaufszahlen konnte eine erste Konzeptvalidierung erzielt werden, die das Vertrauen in die Marktfähigkeit der Produkte stärkte.



## HERBST 2023: DISTRIBUTIONSAUSBAU

Mit dem Rückenwind des kontinuierlichen Wachstums entschied sich The Bitery, die geografische Reichweite auszubauen. Im Herbst 2023 wurde der Vertrieb auf internationale Märkte ausgeweitet, darunter Österreich, Ungarn, Kroatien (SPAR) und die Schweiz (Coop). Dieser Schritt war eine erste Duftnote der Marke auf internationalem Parkett und eine weitere Bestätigung für das Konzept.

## SEPTEMBER 2023: DIE PRODUKTEINFÜHRUNG DER PINSA

Im September 2023 erweiterte The Bitery seine Produktpalette um die Pinsa, die allerdings im Unterschied zu Konkurrenzanbietern, kein Tiefkühlprodukt darstellt.

Diese innovative Ergänzung des Portfolios verdeutlicht das Engagement des Unternehmens, leckere und besondere Produkte anzubieten.



Das Sortiment wurde bewusst um herzhaftere Optionen erweitert, wobei der Fokus weiterhin stark auf Convenience-Produkten liegt.



## **OKTOBER/NOVEMBER 2023: MARKTFORSCHUNG MIT UTRY.ME**

Im Laufe des Jahres führte The Bitery erste Marktforschungen in Zusammenarbeit mit Utry.me durch. Diese Untersuchungen sollten einige Thesen überprüfen: Funktionieren die Marke und die Produkte auch für ein Online-Publikum? Und spiegeln die Sortenabverkäufe die Zahlen im Lebensmitteleinzelhandel wider? Die Erkenntnisse aus diesen Studien trugen dazu bei, die Marketingstrategien weiter zu verfeinern und die Produktentwicklung voranzutreiben.

## WINTER 2023: DIE WEIHNACHTSEDITION DER COOKIES



Für die Wintersaison 2023 entwickelte The Bitery eine exklusive Weihnachtsedition ihrer Cookies, die sowohl bestehende Kunden begeisterte als auch neue Käufer ansprach. Diese saisonale Erweiterung bot nicht nur eine geschmackliche Neuheit, sondern trug auch zur weiteren Steigerung der Markenbekanntheit in einem umkämpften Markt bei.



## AUSBLICK 2024: DIVERSIFIZIERUNG UND MARKTEINTRITT

Der Jahreswechsel 2023-2024 bot für The Bitery zahlreiche neue Möglichkeiten: Das Unternehmen setzte auf die Einführung weiterer Cookie-Sorten sowie die Einführung einer neuen Produktkategorie, den Pasta Bites, die als innovatives und einzigartiges Produkt innerhalb des Marktes positioniert werden. Diese neuen Produkte waren national bei Kaufland und Spar zum Start verfügbar und generierten hohe Aufmerksamkeit in den Medien. Zudem steht die Erschließung des Foodservice-Segment an, um auch Gastronomiekunden anzusprechen und die Distribution weiter auszubauen.



**WE SERVE HAPPINESS**

## STATUS QUO



The Bitery ist mit allen Produkten national im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) vertreten und hat seine Marktpositionen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Ungarn, Kroatien und Slowenien gefestigt. Zukünftige Pläne beinhalten den Ausbau in Märkte wie Holland, Norwegen und Schweden.

## ZIELE FÜR 2024

Die strategischen Ziele für 2024 umfassen eine verbesserte Listungsdichte und die Stärkung der Markenbekanntheit. Ein erster TV-Spot ist geplant, ebenso wie OOH-Kampagnen und Kooperationen mit Influencern, um die Reichweite und Sichtbarkeit der Marke erheblich zu erhöhen

## FINANZIELLE ENTWICKLUNG

Auch die finanzielle Analyse zeigt ein bemerkenswertes Wachstum:

- Umsatz 2022: 0,1 Mio. Euro
- Umsatz 2023: 2,1 Mio. Euro
- Umsatz 2024 (Forecast): 5 Mio. Euro

Das signifikante Umsatzwachstum verdeutlicht den erfolgreichen Einstieg und die Akzeptanz der Produkte im Markt sowie die Fähigkeit von The Bitery, nachhaltige Wachstumsstrategien umzusetzen.

## FAZIT



Die Erfolgsgeschichte von The Bitery ist ein Beispiel für unternehmerisches Geschick, Innovationskraft und strategische Vernetzung. Mit einem klaren Fokus auf hochwertige Convenience-Produkte, gepaart mit einer starken Marktstrategie, ist das Startup gut positioniert, um auch in den kommenden Jahren erfolgreich zu sein. Die kontinuierliche Anpassung an Marktbedürfnisse und die Expansion in neue Märkte versprechen eine spannende Zukunft, die sowohl für das Unternehmen als auch für seine Kunden große Chancen birgt.

## PARTNER



UTRY.ME

fibra