

## Mars macht mobil

Die beiden größten Schokoladenhersteller der USA liefern sich einen Kampf um Kakao-DNA und die Verpackung von Erdnussbutter-Pralinen

- Hershey's ist die Nummer eins in den Vereinigten Staaten. Mars hat im weltweiten Ranking die Nase vorn
- Der Konkurrenzkampf war nicht immer so erbittert: Beide Unternehmen entwickelten 1941 zusammen die bunten Schokolinsen M&Ms

KATJA RIDDERBUSCH | ATLANTA

Beim Bundesgericht in Harrisburg, Pennsylvania, ging in diesen Tagen eine prominente Klage ein. Es geht um Erdnussschokolade, genauer: um deren Verpackung, Papier in orangefarben und braun. Pünktlich zur Weihnachtszeit geht der Krieg der amerikanischen Schokogiganten in eine neue Runde. Die Hershey Company, genannt Hershey's, Amerikas größter Schokoladenhersteller und Erfinder der „Hershey Kisses“, Schokobonbons in Glanzfolie und mit flatternden Bändchen, verklagte seinen ewigen Konkurrenten Mars, die Mutter aller Schokoriegel, Nummer zwei auf dem amerikanischen und Nummer eins auf dem weltweiten Schokoladenmarkt, wegen Markenverletzung.

Mars kopiere, heißt es in der Klageschrift, bei der Verpackung seiner Erdnussbutter-Praline Dove Promise die berühmte orangefarbene Verpackung von Hershey's' Kultprodukt Reese's Peanut Buttercup, Erdnussbutter im Schokoladentöpfchen. Beide Hersteller kommentierten die Klage nicht.

Bei dem erbitterten Streit geht es um mehr als nur farbiges Papier. Denn Verpackungen können „über Erfolg oder Scheitern eines Produkts entscheiden“, sagt David Grager, Grafikdesigner und Kreativchef beim Mischkonzern Parker Hannifin in Cleveland, Ohio. „In der Verpackung liegt die Macht der Marke; Verpackung ist Image-Instrument, Verkaufsvehikel und Gradmesser für den Geschmack.“

Die Klage von Hershey's gegen Mars ist das jüngste Kapitel in der Geschichte zweier ur-amerikanischer Unternehmen, die seit Jahren von tiefer Rivalität geprägt ist. Erst im September hatte eine Gruppe von Wissenschaftlern bekannt gegeben, sie hätten die DNA-Sequenz der Bäume isoliert, an denen Kakaobohnen wachsen.

Neben dem amerikanischen Landwirtschaftsministerium und dem IT-Riesen IBM unterstützt Mars das Projekt mit 10 Millionen Dollar über fünf Jahre. „Die Ergebnisse unserer Studie werden eine nachhaltige Zukunft für Kakaofarmer und Verbraucher weltweit ebenso wie für Mars sichern“, sagte Howard-Yana Shapiro. Er ist Entwicklungschef bei Mars am Firmensitz in McLean im Bundesstaat Virginia.

Doch auch Hershey's ist seit Jahren auf der Jagd nach dem Kakao-Genom, gemeinsam mit Wissenschaftlern der Pennsylvania State University und der französischen Regierung. Die Ankündigung der Hershey's-Forschergruppe, man habe die Kakao-DNA entschlüsselt, kam kurz nach der Erklärung der Mars-Gruppe.

Mars, das neben dem berühmten Hausnamen auch die Schokoriegel Milky Way, Bounty, Snickers und Twix, die bunten Schokolinsen M&Ms sowie Uncle Ben's Reis und die Tierfutter-Marken Whiskas und Pedigree fertigt, ist eines der größten Familienunternehmen der Welt, vertreten in 68 Ländern und mit 65 000 Mitarbeitern.

Pamela Mars, die Urenkelin des Firmengründers Frank C. Mars, sitzt im Vorstand des Familienbetriebs. Sie ist, wie der gesamte Mars-Clan, verschwiegen und öffentlichkeitsscheu. Ihr besonderes Anliegen ist die Nachhaltigkeit der Lebensmittelproduktion: „Uns interessiert vor allem, wie sich die Menschheit morgen und übermorgen ernährt“, sagte sie bei einem ihrer seltenen öffentlichen Auftritte in diesem Sommer.

Deshalb fördert sie das Kakao-Genom-Projekt und strebt eine „Pflanzenzucht auf höchstem Niveau“ an. Über transgene, also genveränderte Sorten will sie allerdings nicht gerne sprechen. Auch äußerte sie sich, so wie die gesamte Familie nicht zu Medienberichten, nach denen Mars jahrelang Kakaobohnen von Farmern in West-Afrika gekauft habe, auf deren Feldern angeblich Kinder arbeiteten.

So dezent sich die Mars-Familie in der Öffentlichkeit gibt, so aggressiv treibt das Unternehmen sein Marketing voran. 2006 eröffnete Mars am Times Square in New York – direkt gegenüber dem traditionellen Hershey's Schokoladen-Megastore – seinen eigenen Markentempel, die „M&Ms World“. Mehr als 2200 Quadratmeter groß ist die Verkaufsfläche, bunt, schillernd und vollgepackt mit interaktiver Technologie.

Zwar warnen Experten davor, die Rolle von Megastores als Verkaufsmotor zu überschätzen. „Der Mehrwert dieser Markentempel ist begrenzt“, sagt Eric Katzman, Lebensmittelanalyst bei der Deutschen Bank in New York, „weil man einfach nur eine bestimmte Zahl von Produkten ausstellen kann.“ Da bestehe dann die Gefahr eines Marken-Overkills. Dennoch setzte Mars im Herzen von New York ein Zeichen – gegen Hershey's.

Im Jahr 2008 kaufte Mars außerdem für 23 Milliarden Dollar den amerikanischen Kaugummi-Riesen Wrigley's – und überholte damit Hershey's im Ranking der Kategorie Süßwaren. Im gleichen Jahr startete Mars eine PR-Kampagne, die die Sparmaßnahmen des Konkurrenten attackierte: die Schließung von drei Hershey's-Fabriken in den USA – und vor allem: die neue Formel, nach der Hershey's bei seinen Produkten die Kakaobutter mit Pflanzenöl streckt, um die Produktionskosten zu senken.

Mars warb für seine Edelmarke Dove denn auch mit dem Slogan, Dove bestehe zu 100 Prozent aus purer Schokolade. Nach einer Auflage der US-Lebensmittelbehörde FDA darf Hershey's seine Produkte wegen der Beimischung von Pflanzenöl nun nicht mehr als „Milchschokolade“ bezeichnen. Deshalb verwendet das Unternehmen seither Bezeichnungen wie „Schokoladenbonbon“ oder „mit Schokolade gemacht“.

Tatsächlich allerdings wurden bereits vor den Sparmaßnahmen die meisten Schokoprodukte von Hershey's nicht nach traditioneller europäischer Rezeptur hergestellt. Vielmehr verwendet das Unternehmen seit jeher weniger Kakao und mehr Zucker. Experten sehen darin einen der Gründe, warum Hershey's in Europa – anders als Mars – einen relativ geringen Marktanteil hat. Nach Umsatzerlösen war Mars im Jahr 2009 der weltweite Marktführer im süßen Geschäft.

Der Kampf der Schokogiganten Hershey's und Mars wurde zu Jahresbeginn noch angefeuert von der spektakulären Übernahme des britischen Traditionskonzerns Cadbury, Hersteller der Schokolade Dairy Milk, durch den amerikanischen Lebensmittelriesen Kraft Foods. 13,5 Milliarden Euro zahlte Kraft, der zweitgrößte Lebensmittelkonzern der Welt nach dem Schweizer Giganten Nestlé – für Cadbury. Damit schloss der Konzern aus dem Bundesstaat Illinois, zu dem bekannte Marken wie Milka, Toblerone und Cote d'Or gehören, auch in den USA zu den beiden Marktführern Hershey's und Mars auf.

Im Rechtsstreit zwischen Hershey's und Mars um die orangefarbene Verpackung ihrer Erdnussbutterprodukte geht es um die Führungsposition, sowohl im amerikanischen als auch im globalen Schokoladenranking – aber auch um ein gutes Stück Unternehmensehre. Debbie Millman, Chefdesignerin bei der Marketingagentur Sterling Brands in New York, beschreibt die Rolle von Verpackungen wie folgt: „Eine wirklich gute Verpackung hält die feine Balance zwischen Design, Marketing, Ethnologie und Psychologie.“ Die will sich niemand klauen lassen.

Und in diesem Zusammenhang mögen sich die beiden Schokoladenriesen daran erinnern, dass sie einst gemeinsame Wege gingen: Im Jahr 1941, als Kakao und Zucker wegen der Kriegsrationierung knapp waren, schlossen Bruce Murrie, Sohn des langjährigen Hershey-Präsidenten William Murrie, und Forrest Mars, Sohn des Unternehmensgründers Frank C. Mars, einen Pakt.

Gemeinsam entwickelten die beiden Schokoladenlinsen mit buntem Zucker-Überzug. Sie nannten sie ganz einfach nach ihren Initialen: M&Ms. Ihre Erfindung wurde bald zu einem Kassenschlager. Und dann kam es, wie es kommen musste: 1948, als die Zeiten besser wurden, kaufte Mars die Anteile von Murrie – und wurde seither zu Hershey's größtem Konkurrenten.

## KAMPF UM DAS GLOBALE SCHOKO-RANKING

The Hershey Company, genannt Hershey's, und Mars sind die größten Schokoladenhersteller der USA. Weltweit war Mars Marktführer, bis im Januar der US-Lebensmittelriese Kraft Foods den britischen Traditionskonzern Cadbury übernahm und seither mit Mars um den Spitzenplatz im globalen Schoko-Ranking konkurriert. Hershey's lag 2009 weltweit auf Platz sechs.

Hershey's wurde im Jahr 1894 von dem **Konditor Milton S. Hershey** gegründet. Nach dem Unternehmen ist die Stadt benannt, Hershey im Bundesstaat Pennsylvania, wo sich bis heute der Firmensitz befindet – und die **größte Schokoladenfabrik der Welt** mit einer Fläche von 200 000 Quadratmetern. Die bekanntesten Produkte aus dem Hause Hershey's sind die Hershey Bar, ein Milkschokoladenriegel, die Hershey Kisses, Schokobonbons in Glanzpapier, die Erdnussbutter-Schokolade Reese's Peanut Buttercups sowie Hershey's Tropical Bar, ein Schoko-

Frucht-Riegel, der seit Jahrzehnten **Bestandteil der Feld- und Notration der US-Streitkräfte** ist. Hershey's machte 2009 einen Umsatz von 5,3 Milliarden Dollar.

Mars ist eines der ältesten und weltweit größten Familienunternehmen. Die Mars Candy Factory wurde 1911 von **Frank C. Mars** im Bundesstaat Washington gegründet und zog dann über Minnesota weiter gen Osten nach Virginia.

Zuletzt meldete Mars einen Umsatz von 30 Milliarden Dollar, der jedoch nur zum Teil aus der Süßwarensparte kommt: Neben Schokoriegeln wie Mars, Snickers und Co. stellt Mars auch **Tierfutter** und bekannte Fertigproduktmarken wie Uncle Ben's her. 2008 gelang Mars ein Coup, als das Unternehmen für 23 Milliarden Dollar den größten Kaugummi- Hersteller der Welt, Wm. Wrigley Jr. Company, kaufte. *rid*

Erschienen: Die Welt, 22. Dezember 2010  
© Katja Ridderbusch