

DESIGN-UMSTELLUNG UNSERER VERPACKUNG UND AUCH UNSERER VERKAUFSHILFEN

Einheitlicher Markenauftritt bei den SB-Stück-Produkten

Vor knapp einem Jahr haben wir in unserer Kundenzeitung über die Umstellung des Verpackungsdesigns bei unseren Slice-Spezialitäten berichtet. In einem zweiten Schritt werden nun auch die SB-Stück-Produkte im neuen, einheitlichen Markenauftritt von Wiesbauer an unsere Kunden im LEH ausgeliefert.

Rund ein Viertel unseres Absatzes erzielen wir mit unseren SB-Stück-Produkten. Die wichtigsten Produkte sind dabei – neben der „Bergsteiger“ – vor allem unsere „Käsewurst gebraten“, die „Polnische Spezial“, die wir in Deutschland als „Weinviertler Winzerwurst“ anbieten, die doppelt geräucherte „Wiener Dürre“ und unsere köstlichen Rohwurst-Spezialitäten „Kaminwurz`n“ und „Alpenwurz`n“.

Mit Ausnahme unserer Top-Marke „Bergsteiger“, deren Verpackungsdesign unverändert bleibt, werden nun alle anderen SB-Stück-Produkte auf das neue Design umgestellt. Um einen einheitlichen Markenauftritt zu bieten und den Wiedererkennungswert unserer Produkte im LEH zu erhöhen, werden ab jetzt die SB-Stück-Produkte so wie unsere Slice-Spezialitäten auf dem Schmucketikett das rot-weiße Karomuster aufweisen, das inzwischen typisch für unsere österreichischen, rustikalischen Spezialitäten ist. Ein weiteres wichtiges Stilelement ist das mit einem

grünen Streifen unterlegte Wiesbauer-Logo am oberen Rand des Schmucketiketts.

Die Ergebnisse einer in Österreich und in Deutschland vor der Umstellung durchgeführten, großangelegten Marktstudie ergaben als Hauptan-

forderung an uns, dass vor allem die Produktdarstellung und die Produktbezeichnung bei der Neugestaltung „moderner und klarer“ sein sollten. Daher wurde besonderes Augenmerk auf die gute Lesbarkeit des Schriftzuges und die gute Erkennbarkeit des Schnittbildes des jeweiligen Produktes auf dem Schmucketikett gelegt.

Parallel zu dieser Design-Umstellung haben wir auch das Outfit unserer Verkaufshilfen, in denen unsere Produkte werbe- und verkaufswirksam im LEH angeboten werden können, erneuert. Unser Außendienst wird die LEH-Kunden in der nächsten Zeit über die Produktzusammenstellungen für die neu gestalteten Verkaufshilfen informieren.

Auf Grund der Ergebnisse positiver Marktumfragen und erhöhter Verkaufszahlen nach der Einführung unseres neuen Verpackungsdesigns bei den Slice-Produkten im vergangenen Herbst sind wir überzeugt davon, dass auch die Design-Umstellung der SB-Stück-Produkte die Marke Wiesbauer weiter stärken wird!



So wie bei den Slice-Produkten hat sich aber auch auf dem Etikett auf der Rückseite etwas getan: Besonderes Highlight ist dabei neben einem nun farbigen Logo ein markenrechtlich geschützter Strichcode in Wurstform!

Neuerungen bei Verpackungen der Schinken-Range

Auch die Slice-Verpackungen unserer Range an exquisiten Schinken wurden erneuert. Unsere Spezialitäten wie der „Proseccoschinken“ und der „Butterschinken“, die wir weiterhin in den edlen Faltpapier-Verpackungen anbieten, erscheinen nun ebenfalls passend zu unserer traditionellen Slice-Range mit dem für Wiesbauer typischen Karomuster.

Neu im Schinken-Sortiment gibt es jetzt auch den „Spargel Hollandaise Schinken“ und einen „Schmankerl Schinken im Käsemantel“.

GLOBAL DENKEN

KommR
Karl Schmiedbauer
Aufsichtsratsvorsitzender
der Wiesbauer Holding AG



Sehr geehrte Leser!

Es gibt in unserer Branche, aber auch in anderen Bereichen der Wirtschaft eine Entwicklung, die mir große Sorgen bereitet: In den Medien erst seit kurzer Zeit im Fokus, überlege ich schon lange, wie wir dem zunehmenden Fachkräftemangel in der Produktion entgegenwirken können. Hier bin ich gemeinsam mit meinem Sohn Thomas und unseren Mitarbeitern gefordert, alles zu tun, damit wir auch in Zukunft über das notwendige kompetente Personal verfügen. Unter anderem sind wir deshalb auch gezwungen, trotz der angespannten Preis- und Kostensituation in weit über dem Kollektivvertrag liegende Löhne und Gehälter zu investieren.

Probleme gibt es auch bei der Rekrutierung und Ausbildung von Lehrlingen. Viele unserer heutigen Abteilungsleiter haben ihr Berufsleben als Lehrlinge bei uns begonnen und sind Schritt für Schritt die Karriereleiter hinaufgeklettert. Ich plädiere dafür, dass alles getan wird, dass in unserer Gesellschaft die Lehre und – das gilt speziell für unsere Branche – die Arbeit mit Fleisch wieder aufgewertet werden. In diesem Zusammenhang freut mich sehr, dass sich mein Enkelkind Benjamin nach seiner Matura (Abitur) dazu entschlossen hat, den harten Ausbildungsweg – beginnend mit der Lehre – in unserem Unternehmen zu durchlaufen.

Kurz noch zu einem weiteren wichtigen Thema: Das Jahr 2018 stand bei Wiesbauer unter der Zielsetzung der Konsolidierung. Das bedeutete eine unter dem Motto „Umsatz nicht um jeden Preis“ stehende, mit Augenmaß vollzogene Produktstrafung. Wer mich kennt, weiß, wie sehr es mich als Unternehmer schmerzt, Produkte, für die ich teilweise selbst die Produktidee hatte, aufpassen zu müssen. Das ist aber aufgrund der derzeitigen Marktsituation notwendig und wird auch im Jahr 2019 von uns fortgesetzt. Ich sehe das aber auch als Chance für weitere neue Ideen.

WIR SETZEN IMPULSE

UMWELT-AUSZEICHNUNG BEI DER „KLIMAAKTIV“-FACHTAGUNG

Optimierung des Blockheizkraftwerks



Foto: BMNT/Paul Gruber

Bundesministerin E. Köstinger und T. Schmiedbauer bei der Preisverleihung

Im Rahmen der Ende November 2018 in Wien durchgeführten „Klimaaktiv“-Fachtagung wurden Projekte, die die Energieeffizienz in Industriebetrieben und im Gewerbe steigern, prämiert. Wiesbauer wurde dabei für seine Einreichung „Optimierung des Blockheizkraftwerks“ ausgezeichnet.

Unser Engagement zielt darauf ab, als Vorzeigebetrieb insbesondere im Bereich der Energieeffizienz und der erneuerbaren Energien einen Teil zur Energiewende beizutragen. Die gesetzten Maßnahmen sollen andere Betriebe motivieren, sich mit den Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz auseinanderzusetzen. Wiesbauer will seine Vorreiterrolle im Bereich Energie und Umwelt ausbauen und arbei-

tet deshalb aktiv in Forschungsprojekten für Energiesysteme der Zukunft mit.

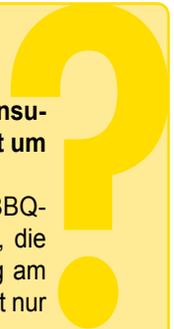
Die von der Bundesministerin für Nachhaltigkeit und Tourismus, Elisabeth Köstinger, übergebene Urkunde wurde von Wiesbauer-Geschäftsführer Thomas Schmiedbauer entgegengenommen. Durch die im Jahr 2018 umgesetzte Optimierung unseres Blockheizkraftwerkes ergibt sich eine jährliche Energieeinsparung von fast 560.000 kWh.

Seit dem Vorjahr setzen sich die Produktverantwortlichen mit einem weiteren wichtigen ökologischen Thema auseinander: Zur Lösung der Entsorgungsproblematik werden derzeit gemeinsam mit Lieferanten umweltfreundlichere Folien entwickelt.

WUSSTEN SIE SCHON, ...

... dass Wiesbauer sein bereits mehrfach prämiertes, bei Konsumenten und Kunden sehr beliebtes Sous Vide BBQ-Sortiment um drei zusätzliche Produkte erweitert hat?

Mit den neuen, mittels Sous Vide-Garmethode produzierten BBQ-Spezialitäten „Pork Drumsticks“, „Beef Brisket“ und „Beef Ribs“, die ebenfalls in der praktischen und formschönen Kartonverpackung am Markt angeboten werden, garantiert Wiesbauer Grillgenuss – nicht nur in der warmen, sondern auch in der kalten Jahreszeit!



INTERVIEW MIT KOMMR KARL SCHMIEDBAUER UND THOMAS SCHMIEDBAUER:

Die nächste Generation steht schon bereit!

Das nachfolgende Interview der „Wiesbauer-Verkaufsimpulse“ (W-VI) mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden der Wiesbauer Holding AG, KommR Karl Schmiedbauer (KS), und seinem Sohn Thomas Schmiedbauer (TS), dem Geschäftsführer von Wiesbauer-Wien, widmet sich dem wachsenden Fachkräftemangel und der sehr unbefriedigenden Lehrlingssituation am Markt. Zu Beginn aber gibt es etwas Erfreulicheres: Mit Benjamin Uher ist bereits die nächste Generation in unserem Unternehmen beschäftigt!

W-VI: Stimmt es, dass bereits die 3. Generation im Familienbetrieb tätig ist?

KS: Richtig, es war mir immer ein wichtiges Anliegen, die Tradition einer fundierten Ausbildung fortzusetzen. Bereits als Benjamin, der Sohn meiner Tochter, die Grundschule absolviert hatte, habe ich gemeinsam mit seinen Eltern über seinen zukünftigen Ausbildungsweg nachgedacht. Für mich sind eine profunde betriebswirtschaftliche und weiters eine fachliche Ausbildung entscheidend. Und da wir sein Interesse erkannt haben, hat er nach der Grundschule die fünfjährige Handelsakademie besucht, die er im vergangenen Jahr mit der Matura (Abitur) abgeschlossen hat. Gleich danach hat er aus freien Stücken die Fleischer-Lehre bei uns angefangen.

TS: Benjamin wird den gleichen, oft anstrengenden Weg gehen wie ich. Er wird alle Abteilungen und alle Firmen unserer Unternehmensgruppe durchlaufen, um so viel wie möglich von der Pike auf zu lernen. Ich bin heute sehr froh, dass ich das getan habe, da mir niemand im Haus etwas vormachen kann.

KS: Benjamin zeigt großes Interesse und ist voll bei der Sache. Ich bin überzeugt, dass er bei uns seinen Weg machen wird!

W-VI: In den Medien hört man derzeit viel über einen Fachkräftemangel. Wie schaut das bei Wiesbauer aus?

KS: In der Wiener Produktion benötigen wir Hilfs- und Fachkräfte. Bei der ersten Gruppe, die für uns auch sehr wichtig ist, tun wir uns auf jeden Fall leichter. Viel schwieriger ist es bei der Rekrutierung

von Fachkräften, die bei uns später als Abteilungsleiter und Partieführer tätig sind. Es gibt kaum Nachwuchs und geeignete Nachrücker. Um Personal zu halten bzw. zu bekommen, bezahlen wir trotz der unbefriedigenden Kosten- und Preissituation in der Branche weit über dem Kollektivvertrag.

TS: Zusätzlich gibt es in unserem Haus eine Reihe weiterer Sozialleistungen, wie unsere viel gelobte Werkskantine und den großen Parkplatz, der unseren Mitarbeitern zur Verfügung steht. Der Fachkräftemangel ist schon so alarmierend, dass Personal branchenübergreifend abgeworben wird.



v.l.n.r.: KommR K. Schmiedbauer, sein Enkelkind Benjamin und sein Sohn Thomas

W-VI: Was wird man in Zukunft dagegen unternehmen?

TS: Gemeinsam mit meinem Führungspersonal denke ich intensiv über zusätzliche Sozialleistungen, wie zum Beispiel einen Betriebskindergarten, nach. Eine weitere Maßnahme, die wir derzeit entwickeln und die speziell für junge Mitarbeiter reizvoll sein wird, ist die Einführung eines Traineeprogramms, bei dem diese über einen genau definierten Zeitraum Betrieb für Betrieb unserer Firmengruppe kennenlernen und ihr Wissen ausbauen können. Daraus ergibt sich eine Win-win-Situation, da diese Mitarbeiter in für sie interessanten Bereichen dann flexibler eingesetzt werden können.

W-VI: Wie sieht die Lehrlingssituation aus?

KS: Früher war es so, dass Lehrlinge kaum von Industriebetrieben ausgebildet wurden. Das passierte im Gewerbe

und die ausgelerten Lehrlinge wurden dann übernommen. Mit dem starken Rückgang der Zahl an Gewerbebetrieben musste dann die Industrie beginnen, selbst auszubilden. Das hat bei uns früher sehr gut funktioniert, viele von denen, die damals ihre Berufslaufbahn nach der Schule als Lehrlinge bei uns begonnen haben, sind heute in Leitungsfunktionen in der Produktion tätig.

W-VI: Und wie sieht das heute aus?

TS: Ähnlich wie bei jungen Fachkräften haben wir im Wiener Unternehmen für die Lehrlinge ein Rotationssystem eingeführt. Sie lernen unterschiedliche Abteilungen

und Bereiche kennen und merken gemeinsam mit uns, wo ihre Stärken liegen. Das hat sich bereits gut bewährt! Wir benötigen pro Jahr etwa 3–5 Fleischerlehrlinge und 1–2 kaufmännische Lehrlinge. Diese sind fast nicht zu bekommen. Einerseits werden die jungen Leute, die eine Lehre absolvieren wollen immer weniger und unsere Branche liegt in der Wahl der Wunschberufe weit abgeschlagen. Wenn Interessenten da sind, fehlen oftmals die schulischen Mindestvoraussetzungen und auch ein Mindestmaß an Motivation, eine Lehre zu machen. Ein Umdenken in der Lehrlingspolitik ist durch den Mangel an Fachkräften erkennbar und auch die Medien haben das Thema bereits aufgegriffen. Auch wir hoffen aufgrund der Lehrlingsoffensive, bei der wir sehr aktiv tätig sind, neue Lehrlinge zu gewinnen.

KATEGORIE „CONVENIENCE“ BEIM PRODUKT CHAMPION 2018:

Gold für unsere „Original Wiener Wiesn Stelze“!

So wie in den Vorjahren siegte auch 2018 wieder eine Einreichung von Wiesbauer in der Kategorie „Convenience“ bei der Verleihung der Produkt Champions, die Ende November im Rahmen des AMA-Fleischforums in Feldkirch in Vorarlberg vorgenommen wurde. Gold gab es für unsere „Original Wiener Wiesn Stelze“, eine neue Sous Vide-Fleischspezialität, die bei Wiesbauer Gourmet in Sitzenberg-Reidling in Niederösterreich hergestellt wird. Der Preis wurde vom Geschäftsführer von Wiesbauer, Thomas Schmiedbauer, entgegengenommen.

Als Ergänzung zur innovativen Sous Vide-Range der „Haubenküche für zu Hause“ wurde im Jahr 2018 als besonders köstliche Innovation die „Original Wiener Wiesn Stelze“ im dekorativen

Karton neu am Markt vorgestellt. Bei der in der Produktion eingesetzten Sous Vide-Gartechnologie wird die Stelze im vakuumversiegelten Plastikbeutel bei niedrigen Temperaturen (zwischen 50° C und 70° C) mehrere Stunden lang schonend gegart. Da aus dem Beutel weder Wasser noch Gewürze austreten können, bleibt das Fleisch unvergleichlich zart und saftig und entfaltet perfekt seinen natürlichen, unverfälschten Geschmack. Für den Konsumenten bedeutet dies, dass man unsere „Original Wiener Wiesn Stelze“ schnell, einfach und gelingsicher im Backrohr auf höchstem Niveau wie in der Spitzengastronomie zu Hause zubereiten kann.

Nach dem „Entenbrustfilet Barbarie“ im Jahr 2016 und unserer BBQ-Spezialität „Spare Ribs“ im Jahr 2017 ist der Sieg der „Original Wiener Wiesn Stelze“ be-



T. Schmiedbauer mit der Auszeichnung

reits der dritte Erfolg eines Sous Vide-Produktes aus dem Hause Wiesbauer beim Produkt Champion in der Kategorie „Convenience“ in Folge! Darüber hinaus gab es beim Produkt Champion 2017 Gold für unser „Flinkes Gansl“ aus dem Sous Vide-Sortiment der „Haubenküche für zu Hause“ in der Kategorie „Geflügel“.

ERFOLGREICHES PROJEKT VON MICHAEL STRASSER "ICE2ICE" VON WIESBAUER UNTERSTÜTZT

In Rekordzeit von Alaska bis Patagonien!

Der von Wiesbauer gesponserte Extremsportler Michael Strasser hat es geschafft: Bei seinem im Sommer 2018 gestarteten Projekt „Ice2Ice“, bei dem er mit dem Rad von Alaska nach Patagonien gefahren ist, hat er die fast 23.000 km lange Strecke, die durch 14 Länder Nord-, Mittel- und Südamerikas führt, in einer neuen Rekordzeit von 84 Tagen, 11 Stunden und 50 Minuten absolviert.

Eine besondere Herausforderung stellten für ihn neben dem Wetter – am Beginn gab es große Hitze in Nordamerika und zuletzt sogar Schneefall – und den teilweise katastrophalen Straßenverhältnissen die zu bewältigenden ca. 168.500 Höhenmeter dar.

Zum „Sportler mit Herz“ gewählt

Bei der Ende Oktober 2018 durchgeführten Ehrung der besten Sportler



Foto: Samuel Renner

Österreichs der letzten 12 Monate wurde Michael Strasser vom Publikum zum „Sportler mit Herz“ gewählt.

Damit wurde nicht nur sein Weltrekord bei der Fahrt mit dem Fahrrad von Alaska nach Patagonien, sondern auch das damit verbundene karitative Engagement ausgezeichnet.

Die gesammelten Spenden von über € 50.000,- des Projektes „Ice2Ice“ kommen Organisationen zugute, die Betroffene der Krankheiten ALS (Amyotrophe Lateralsklerose) und ME/CFS (Myalgische Enzephalomyelitis/Chronic Fatigue Syndrome) unterstützen und die notwendige Forschung vorantreiben.

Impressum: Kundenjournal; Zweck der Zeitschrift: Kundeninformation; Herausgeber: Wiesbauer Österreichische Wurstspezialitäten GmbH. Für den Inhalt verantwortlich: KommR Karl Schmiedbauer; A-1230 Wien, Laxenburger Str. 256, Tel.: +43 (0)1 61415-0; Fax: +43 (0)1 6156211, www.wiesbauer.at, info@wiesbauer.at
Vertriebsbüro in Deutschland: Dipl.-Kfm. Stefan Liebe, Königstraße 28, D-87435 Kempten, Tel. +49 (0)831 69734-0, Fax: +49 (0)83169734-10, vertrieb.de@wiesbauer.at
Redaktion und Gestaltung: F & F Team für Kommunikationsberatung, 1160 Wien;
Druck: AV + Astoria, 1030 Wien. Diese Zeitung ist auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.