



Da steckt mehr Wanderlust drin Wiesbauer Bergsteiger - das Original seit 1931!

Erstmalig ist Wiesbauer Teil der österreichischen Markenartikel-Kampagne und stellt dabei die Original Bergsteiger in den Mittelpunkt.

Bei dem immer härter werdenden Wettbewerbsdruck zwischen Eigen- und Herstellermarken im LEH zeigt sich eines deutlich: gelebte Markenqualität ist nicht kopierbar. Herstellermarken sorgen für Innovationen, Beständigkeit, regionale Wertschöpfung und garantieren gleichbleibend hohe Qualitätsstandards. Damit geben sie Sicherheit und schaffen Vertrauen und eine emotionale Bindung.

Die Gemeinschaftskampagne des Österreichischen Markenartikelverbandes stellt alljährlich starke Markenprodukte als unverwechselbares Original ins Rampenlicht, heuer bereits zum 30. Mal. Diesmal greifen die impactstarken Sujets das Bild klassischer Steckpuppen auf und bieten einen charmanten

übergreifend auf Plakaten, Citylights, in Printmedien, im Radio sowie online und auf Social Media umgesetzt und erzielt eine extrem hohe Reichweite.

Die Bergsteiger-Familie

Auch Wiesbauer ist diesmal Teil der Markenartikel-Kampagne. Im Mittelpunkt steht die **Bergsteiger** als Marken-Ikone und unnachahmliches Original. Sie begeistert seit fast 100 Jahren mit ihrem einzigartigen Geschmack und ist nicht nur die beliebteste Dauerwurst Österreichs, sie ist ein Botschafter der heimischen Genusskultur. Seit der Erfindung der **Bergsteiger** von Franz Wiesbauer hat sich die Rezeptur niemals verändert, aber dennoch hat sich der Klassiker auf innovative Weise weiterentwickelt: Neben der traditionellen Stangenwurst in verschiede-



Einblick in die jeweilige Markenwelt. Unter dem Motto „Da steckt mehr drin“ zeigen bis zu fünf Figures, wie einzelne Produkte die Konsument:innen in den unterschiedlichen Lebenssituationen begleiten. Die Kampagne wird medien-

In dieser Ausgabe

2

+ Solide Geschäftsentwicklung

3

+ Kommunikation, die ankommt
+ Wiesbauer im World Wide Web

4

+ Doppelsieg - Innovationen
+ Race Across America
+ Bühne frei für Wiesbauer



nen Größen und der praktischen Aufschnitt-Packung hat sich insbesondere auch der **Bergsteiger Snack** als erfolgreicher Top-Seller etabliert.

Ein echtes Highlight ist zudem die Marken-Kooperation mit Schärndinger, die zwei österreichische Originale verbindet: unsere fein-würzige **Wiesbauer Bergsteiger** und den mild-cremigen **Schärndinger Bergbaron**. Mit geballter Markenpower erfüllen wir damit den Wunsch der Konsument:innen nach innovativen, aber gleichzeitig traditionellen Produkten und schaffen im Handel starke Umsatzpotenziale mit hoher Wertschöpfung.





Thomas Schmiedbauer,
Geschäftsführer Wiesbauer Wien

Liebe Leserin, lieber Leser!

Es ist allgemein bekannt, dass die Branchen- und Marktsituation weiterhin herausfordernd ist. Das beschäftigt mich als Unternehmer natürlich sehr und das betone ich auch immer wieder. Aber ich sage auch immer, dass wir bei Wiesbauer stets positiv gestimmt sind und mit Zuversicht in die Zukunft schauen. Wir geben jeden Tag unser Bestes, um unsere Kund:innen zu begeistern und unsere Marktposition zu stärken.

Es macht mich deshalb stolz, dass unsere hochwertigen Produkte, die entsprechend ja einen etwas höheren Preis haben, keinen Rückgang beim Absatz verzeichnen. Trotz Inflation und allgemeiner Kaufzurückhaltung. Das beweist, dass die Konsument:innen trotz allem gerne gut essen und unsere Wiesbauer-Wurstspezialitäten schätzen. Und das bestätigt auch unseren Weg, nicht Umsatz um jeden Preis zu machen, sondern unserer Linie treu zu bleiben. Unsere Produkte überzeugen mit bestem Geschmack und höchster, kontinuierlicher Qualität – das war schon immer so und das wird sich auch nicht ändern. Rezepturveränderungen, wie etwa eine Reduzierung des teuren Rindfleischanteils, kommen für Wiesbauer nicht in Frage. Dass wir unsere Hausaufgaben gut machen, bestätigen aktuell auch wieder einige Auszeichnungen, u.a. der Doppelsieg bei den „Cash Top Innovationen 2025“ oder die Erstplatzierung beim „Media Reputation Report“. Wir haben zuletzt viel in Innovationen sowie in die Kommunikation und unseren digitalen Auftritt investiert. Dadurch ist es uns gelungen, das Markenimage insgesamt zu stärken und zusätzlich zu unseren treuen Stammkund:innen insbesondere auch die junge Generation abzuholen. Aber darauf wollen wir uns nicht ausruhen: Demnächst wird es bei Wiesbauer eine personelle „Erweiterung“ geben, damit werden wir Vertrieb und Marketing auf ein nächstes Level bringen.

 **Wir setzen Impulse!**

Solide Geschäftsentwicklung

In dem anhaltend schwierigen Marktumfeld konnte Wiesbauer im vergangenen Geschäftsjahr einen Gruppenumsatz von 272 Mio. Euro erzielen.

Der Großteil des Gesamtumsatzes entfällt weiterhin auf den Wiener Stammbetrieb, die Wiesbauer Österreichische Wurstspezialitäten GmbH. Mit 120 Mio. Euro Umsatz konnte das Vorjahresniveau stabil gehalten bzw. sogar leicht gesteigert werden.

Zuwächse von jeweils 1 Mio. Euro erzielten der Salzburger Betrieb Senninger (Umsatz 17 Mio. Euro) und Wiesbauer Dunahús in Ungarn (23 Mio. Euro), während es bei Wiesbauer Gourmet einen deutlichen Umsatzsprung von 81 Mio. auf 112 Mio. Euro zu verzeichnen gab: Dieser resultiert aus dem Zukauf der Firma Kabinger (2024) und des Wiener Traditionsbetriebes Trüinkel (2025). Die beiden Tochterunternehmen wurden erfolgreich in die Wiesbauer Holding integriert und steuern 13 Mio. bzw. 10 Mio. Euro zum Umsatz von Wiesbauer Gourmet bei.

„Ich bin sehr stolz, dass wir trotz der vorherrschenden Rahmenbedingungen und der hohen Kosten die Unternehmensgruppe positiv weiterentwickeln konnten“, erklärt Thomas Schmiedbauer, Vorstandsvorsitzender der Wiesbauer Holding AG.

Ausblick 2026

Für heuer stellt man sich bei Wiesbauer auf ähnliche Rahmenbedingungen wie in den vergangenen Jahren ein und bleibt optimistisch und investitions-

freudig.

Um noch kosteneffizienter wirtschaften zu können und wettbewerbsfähig zu bleiben, sind am Standort Wien umfassende Investitionen in moderne Automatisierungslösungen geplant.

Durch den Einsatz von KI und Robotik sollen die Produktionsmengen unserer Wurstspezialitäten erhöht werden –



mit dem Ziel, bei gleichbleibender Mitarbeiteranzahl den Absatz zu steigern. Darüber hinaus setzt Wiesbauer auf ein effizientes Umweltmanagement, um noch „grüner“ zu werden.

Neben dem weiteren Ausbau der PV-Anlage soll durch den Einsatz neuer Industriewärmepumpen eine erhebliche Reduktion des Gasverbrauchs erreicht werden.

Insgesamt wird sich das Investitionsvolumen heuer auf 7 Mio. Euro belaufen.

Kommunikation, die ankommt

Eine aktuelle Studie bestätigt: Wiesbauer überzeugt in der Branche mit der höchsten Medienreputation.

Der „Media Reputation Report“ wurde vom IMWF Austria (Institut für Management- und Wirtschaftsforschung) in Kooperation mit dem Fachmedium KEYaccount herausgegeben und beleuchtet die Unternehmen der österreichischen Lebensmittelindustrie in unterschied-

lichen Warengruppen. Das erfreuliche Ergebnis: In der Kategorie Fleisch & Wurst punktet Wiesbauer mit der höchsten Medienreputation und steht somit an der Spitze des Rankings! Das ist eine tolle Anerkennung unseres Marken- und Medienauftritts und zeigt, dass es Wiesbauer perfekt gelingt, traditionelle Wurstkompetenz mit moderner Kommunikation zu verbinden.

konnte in allen Bereichen überzeugen. Insgesamt flossen Daten von 232 Herstellern bzw. Marken in die Analyse mit ein. Im Zeitraum Juli 2024 bis Juni 2025 wurden rund 78.000 Online-Beiträge aus Nachrichtenmedien, Websites und sozialen Netzwerken ausgewertet. Mithilfe KI-gestützter Textanalyse wurden alle Erwähnungen erfasst und nach Medienreichweite gewichtet.



Positive Wahrnehmung

Die Studie liefert wertvolle Einblicke in die öffentliche Wahrnehmung auf Basis von fünf Dimensionen: Produkte & Services, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Management und Innovation. Um gut abzuschneiden, müssen Unternehmen in diesen Reputations-Dimensionen häufig und positiv erwähnt werden. Wiesbauer

Wiesbauer im World Wide Web

Dieser Tage geht unsere rundum neu gestaltete Website www.wiesbauer.at online.

Der Webauftritt ist nicht nur moderner und lebendiger, er inszeniert Wiesbauer völlig neu und setzt auf eine emotionale Markenansprache. Das Layout ist klar und übersichtlich und schafft durch eine barrierefreie Navigation eine optimierte Usability, sodass alle relevanten Themen leicht gefunden werden.

Aber nicht nur das Design überzeugt, auch die

Inhalte: Die User:innen finden auf der Seite künftig noch mehr Informationen rund um Unternehmen und Produkte sowie Rezeptideen zum Nachkochen und Wandertipps für echte Bergsteiger.

Dazu kommen zahlreiche neue Features: So gelangt man direkt zu den Aktionen und wöchentlich wechselnden Menüs in den Wiesbauer Bistro & Shop-Filialen und kann im Webshop bei Wiesbauer Gourmet österreichische und internationale Fleischspezialitäten bequem online bestellen. Per

Mausklick kommt man außerdem zu unserer Karriere-Seite, auf der alle aktuellen Stellenangebote ausgeschrieben sind. Interessierte finden hier umfassende Informationen zu Lehre, Aus- und Weiterbildungsprogrammen sowie Karrierewegen und können sich gleich online bewerben.

Social Media

Parallel zum neuen Webauftritt wird auch die Markenkommunikation in den Sozialen Medien weiter ausgebaut und verjüngt. Nachdem Wiesbauer bereits erfolgreich auf LinkedIn, Facebook und Instagram vertreten ist, folgt nun auch TikTok, wo lebendiger Video-Content neue Zielgruppen erreicht.



Doppelsieg für die besten Innovationen

Cash hat gleich zwei Wiesbauer-Spezialitäten als Top Innovation 2025 ausgezeichnet.

Bereits zum 26. Mal prämierte das Cash Handelsmagazin zu Jahresbeginn die spannendsten Neuprodukte aus dem FMCG-Bereich. Insgesamt wurden 338 Produkte eingereicht und von einer hochkarätigen Experten-Jury bewertet.

Wiesbauer darf sich dabei gleich doppelt freuen und holt sich in zwei Kategorien den Titel „Top Innovation 2025“!

Zum einen wurde unsere **Bergsteiger**

mit **Bergbaron** im Bereich Fleisch- und Wurstwaren ausgezeichnet, und zum anderen sicherte sich der **Bergsteiger Snack mit Käse** den Sieg in der Kategorie Frühstück & Jause.

Dabei konnten sich unsere genussvollen Snack-Stangerl sogar gegen Produkte aus



anderen Warengruppen wie Cerealien, Müsli, Trockenbrote etc. durchsetzen.

Die beiden Auszeichnungen unterstreichen eindrucksvoll die Innovationskraft von Wiesbauer und die erfolgreiche Partnerschaft mit Schäringer. Sie bestätigen aber vor allem die hohe Akzeptanz unserer Produkte im Handel.

Race Across America

Zusammen mit Ultra-Radrennfahrerin Elena Roch sprintet Wiesbauer quer durch Amerika.

Elena Roch hat in der Welt des Extremradfahrens in Österreich bereits alle Rennen gewonnen, die es zu gewinnen gibt, und 2024 holte sie in den USA den Weltmeister-Titel im 24-Stunden-Einzel-Zeitfahren und stellte dabei einen neuen Damen-Streckenrekord auf.

Nun erfüllt sich die motivierte Sportlerin einen Traum: Sie wird im Juni beim legendären Race Across America (RAAM) an den Start gehen. Und Wiesbauer wird sie als Sponsor begleiten – so wie vor eini-

gen Jahren schon ihr großes Vorbild Christoph Strasser, der das Rennen bereits sechs Mal gewonnen und als Erster in weniger als acht Tagen absolviert hat.

Das Race Across America zählt zu den härtesten Radrennen der Welt. Rund 5.000 Kilometer quer durch die USA, von der West- bis zur Ostküste, mit 35.000 Höhenmetern, Hitze und Schlafmangel verlangen den Athlet:innen alles ab.



Elena Roch stellt sich dieser sportlichen Höchstleistung mit Zielstrebigkeit, Disziplin und mentaler Stärke – Eigenschaften, die auch unseren Alltag bei Wiesbauer prägen.

Wir drücken Elena fest die Daumen und sind stolz, Teil dieses Abenteuers zu sein!

Bühne frei für Wiesbauer

Auch diesen Sommer ist Wiesbauer wieder Kulinarik-Partner der Seefestspiele Mörbisch.

Vom 16. Juli bis 22. August steht bei den Seefestspielen in Mörbisch diesmal „Ein Käfig voller Narren“ am Programm. Die bekannte Verwechslungskomödie versteht sich als humoriges Plädoyer für Toleranz, Gleichberechtigung und individuelle Freiheit und wird von Intendant Alfons Haider und Mark Seibert großartig inszeniert. Vor der einzigartigen Kulisse am Neusiedler See und mit großen Musical-Momenten ist ein fulminantes

Open Air-Bühnenspektakel garantiert. Auch kulinarisch wird den Besucher:innen einiges geboten. Denn Wiesbauer sorgt an zwei Genuss-Ständen für das leibliche Wohl. Auf den Speisekarten stehen u.a. unsere neuen **Käsekrainer mit Schäringer Bergbaron** – perfekt für einen genussvollen Sommerabend. Vorab sorgt ein Social-Media-Gewinnspiel für Vorfreude: Zu gewinnen gibt es Eintrittskarten, Snack-Pakete sowie exklusive Wiesbauer-Packages mit Decken und weiteren Accessoires.