



Verkaufs impulse

SNACK ME 100% Genuss

Abreißen, aufreißen, reinbeißen!

Pünktlich zum Start der Outdoor-Saison bringt Wiesbauer im April eine innovative Snack-Linie auf den Markt, die hinsichtlich Geschmack und Verpackung neue Maßstäbe setzt. SNACK ME ist der erste ungekühlt haltbare Dauerwurst-Snack mit 100% Hendl und als zweite Sorte mit 100% Rind, angeboten im praktischen Doppelpack zum Abreißen und Mitnehmen für unterwegs.

Als Ergänzung zu unseren beliebten Wurst-Klassikern arbeiten wir bei Wiesbauer laufend an neuen Produktentwicklungen, die den Konsumentenbedürfnissen entsprechen und unseren Handelspartnern starke Abverkäufe mit lukrativen Spannen sichern. So wie zuletzt die *Bergsteiger Junior*, die sich als Fixstarter im Snack-Regal sehr gut am österreichischen und deutschen Markt etablieren konnte.

Aufbauend auf diesem Erfolg werden wir 2023 unsere Kompetenz im Snacking-Bereich ausbauen und mit einem weiteren Top-Produkt den Markt erneut aufmischen. Denn SNACK ME sind mildwürzige Dauerwurst-Stangerl, die in zwei Sorten mit 100% Hendl und 100% Rind begeistern.

Klassisch im Heißbrauch gebraten und unter kontrollierten Klimabedingungen gereift, schmecken vollmundig und sind perfekt im Biss. Dank der innovativen Rezeptur mit reinem Hendl- bzw. Rindfleisch bietet SNACK ME ein **völlig neues Geschmackserlebnis** und spricht damit zusätzliche Genussgruppen an.

Starker Kaufanreiz

Durchdacht ist auch die Verpackung. Denn SNACK ME wird sortenrein im praktischen Doppelpack mit Aufhängelasche angeboten. Dieser garantiert eine aufmerksamkeitsstarke Platzierung am Point of Sale sowie einen starken Kaufanreiz für die Verbraucher:innen und damit eine hohe Verkaufsrotation. Dabei sorgt die prägnante Farbgebung mit rotem und gelbem Karomuster für eine klare Sortendifferenzierung. Die Grammaturen von 2 x 45 g (Hendl) bzw. 2 x 40 g (Rind) wurden bewusst so angepasst, dass bei beiden Sorten die Preisstellung sowohl im Einkauf als auch im Verkauf einheitlich ist.

Doppelter Genuss

Mittels Perforierung lassen sich die beiden Packungen mit einem Handgriff leicht voneinander trennen und finden einzeln in jeder Tasche Platz. Somit bieten die trendigen SNACK ME Stangerl für die Konsument:innen zweifachen Knabberspaß und sind immer und überall dabei, wenn sich zwischendurch mal der kleine Hunger bemerkbar macht. Ob in der Schule, im Büro oder unterwegs beim Radfahren und Wandern – das Motto für SNACK ME lautet: „Abreißen, aufreißen und reinbeißen!“



EINE PACKUNG,
ZWEI PORTIONEN!



SNACK ME ist ein einzigartiges Produkt, das die Konsument:innen mit einer innovativen Rezeptur und Verpackung begeistert. Hergestellt aus reinem Hendl- bzw. Rindfleisch und ungekühlt haltbar, schließt SNACK ME eine Lücke im Snacking-Angebot und ist für unsere Handelspartner ein kreativer Umsatzbringer.“

Wiesbauer-Geschäftsführer
Thomas Schmiedbauer



Global denken

KommR Karl Schmiedbauer,
Aufsichtsratsvorsitzender der Wiesbauer Holding AG

Liebe Leserin,
lieber Leser!

In Zeiten wie diesen ist die Markenstärke ein zentraler Wettbewerbsfaktor und die Basis für wirtschaftlichen Markterfolg. Dass die Kund:innen trotz der hohen Inflation Wiesbauer die Treue halten, bekräftigt unsere stetigen Bemühungen, mit dem herausragenden Geschmack unserer Produkte zu begeistern und Werte zu vermitteln, die die Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher:innen stärken.

Unsere Produkte erwirtschaften im LEH seit Jahrzehnten kontinuierlich Top-Erträge und sind für die Konsument:innen unverzichtbar. Das hat kürzlich auch eine österreichweite Umfrage offiziell bestätigt. Doch diese Markentreue kommt nicht von ungefähr. Sie ist das Ergebnis intensiver Arbeit und Markenpflege. Um ziel- und zukunftsorientiert zu wirtschaften, sind wir ständig unter Druck, die Kostenentwicklung im Griff zu haben und die Verkaufspreise so zu gestalten, dass sie für die Menschen leistbar bleiben und wir gleichzeitig unseren hohen Qualitätsanspruch halten können.

Branche am Absturz

Die Branche ist mit einer katastrophalen Wirtschaftsentwicklung konfrontiert. Die Rohstoffpreise steigen weiter, aber die entsprechenden Preiserhöhungen im Handel, die für die Branche überlebensnotwendig sind, sind zum Teil noch immer nicht umgesetzt. Dazu stehen aktuell Lohn- und Gehaltserhöhungen an, welche die Kostensituation weiter verschärfen.

Die negative Entwicklung hat sich in den letzten Wochen weiter zugespitzt und es ist auch keine baldige Entspannung in Sicht. Deshalb sehe ich der Zukunft unserer Branche sehr sorgenvoll entgegen!

Wiesbauer setzt Impulse!



Umsatzplus für die Würste

Kosten relativieren Umsatzgewinne

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte Wiesbauer den Gesamtumsatz von 185 Mio. Euro (2021) auf 224 Mio. Euro kräftig steigern. Doch dem Wachstum stehen explodierende Kosten gegenüber.

Die Umsatzentwicklung scheint auf den ersten Blick überragend, ist aber getrübt durch die derzeit schwierige Marktsituation: Denn die Zuwächse resultieren zu einem großen Teil aus den Preiserhöhungen und relativieren sich durch die extrem gestiegenen Kosten in allen Bereichen. „In Hinblick auf die Rahmenbedingungen sind wir gut unterwegs“, zeigt sich Wiesbauer-Geschäftsführer Thomas Schmiedbauer realistisch, doch er betont auch: „Unterm Strich decken die Preiserhöhungen nicht die gestiegenen Mehrkosten – und es ist zu erwarten, dass sich insbesondere die Rohstoffe noch weiter verteuern werden.“ Im Wiener Stammbetrieb, der rund die Hälfte des Gesamtumsatzes erwirtschaftet, konnte Wiesbauer ein Plus von

+7,6% auf 113 Mio. Euro verbuchen. Die Absatzmengen blieben dabei mit 12.500 Tonnen stabil.

Anders bei Wiesbauer Gourmet:

Der Gastro-Fleischspezialist aus Niederösterreich erzielte deutliche Absatzsteigerungen und ein Umsatzplus von 52 auf 78

Mio. Euro. Damit ist das Vor-Corona-Niveau übertroffen. Auch die Landmetzgerei Senninger, die in Salzburg auf die Herstellung hochwertiger Würstel spezialisiert ist, konnte nicht nur beim Umsatz auf 14 Mio. Euro kräftig zulegen (2021: 10 Mio. Euro), zudem wurde der Absatz ebenfalls um mehr als 20% gesteigert. Wiesbauer-Dunahus, wo ungarische Spezialitäten eigens für den ungarischen Markt produziert werden, erzielte 19 Mio. Euro.



Netzwerk-Übung

Polizei und Garde trainierten bei Wiesbauer

Unter dem Titel „Netzwerk 22“ wurde bei Wiesbauer Wien eine mehrtägige Übung zum Schutz der kritischen Infrastruktur durchgeführt.

Der Schutz kritischer Infrastruktur ist seit mehr als zwei Jahrzehnten regelmäßig Thema gemeinsamer Übungen von Polizei und Garde. Das Ziel dabei ist, mögliche Bedrohungsszenarien erfolgreich abzuwenden

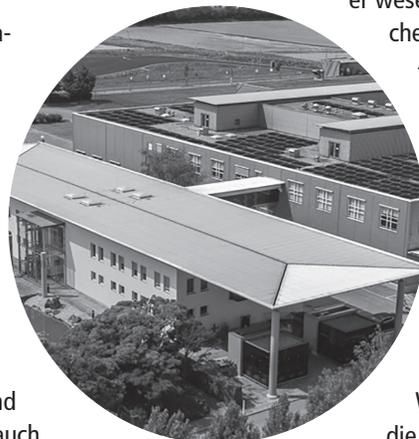
und somit die Energie- und Lebensmittelversorgung auch in Krisensituationen sicherzustellen.

Ende letzten Jahres wurde die Übung „Netzwerk 22“ an mehreren Standorten

im Raum Wien durchgeführt – unter anderem auch am Wiesbauer-Firmengelände.

Denn als einer der größten fleischverarbeitenden Betriebe Österreichs trägt Wiesbauer wesentlich zur Versorgungssicherheit bei und zählt somit – als Teil der kritischen Infrastruktur – zu den wenigen ausgewählten Unternehmen, für die im Katastrophenfall besondere Vorkehrungen getroffen werden.

Gemeinsam mit der Wiener Polizei trainierte die Garde des österreichischen Bundesheeres ein realitätsnahes Bedrohungsszenario, um für den Ernstfall bestmöglich gewappnet zu sein.



Kaiser Wiesn

Wir verlosen 2.000 Tickets!

Wiesbauer ist im Herbst wieder Partner der Kaiser Wiesn und verlost vorab zahlreiche Karten für Österreichs größtes Oktoberfest.

Vom 21. September bis 8. Oktober 2023 findet im Wiener Prater wieder die Kaiser Wiesn statt. Wie schon in der Vergangenheit ist Wiesbauer auch diesmal Kooperationspartner des traditionellen Oktoberfestes und verwöhnt die Gäste vor Ort mit g'schmackigen Wurst- und Fleischspezialitäten.

Wer bei dem spektakulären Event dabei sein will, hat bereits ab Mai die Chance, bei unserem großen Gewinnspiel jeweils zwei der begehrten Tickets zu ergattern. Denn wir verlosen insgesamt 2.000 Eintrittskarten (im Wert von ca. 150.000 Euro) und laden die Wiesn-Fans zu einem der legendären Live-Acts ins Wiesbauer-Zelt ein. Um die

Vorfreude so richtig anzuheizen, sind die Packungen der beliebtesten Wiesbauer-Produkte im Sommer mit einem Störer versehen, der auf die Kaiser Wiesn und das Gewinnspiel hinweist. Die Teilnahme und Bewerbung erfolgen online über www.wiesbauer.at sowie über unsere Social Media-Kanäle.

Wiesn-Schmankerl für zu Hause

Wiesbauer sorgt aber nicht nur auf der Kaiser Wiesn für Gaumenfreuden. Auch für das private Oktoberfest zu Hause bieten wir im LEH wieder ausgewählte Köstlichkeiten an.



Schon seit vielen Jahren ein Wiesn-Hit ist die aromatische und magere **Wiener Prater-Stelze (Brat-Hax'n)**, die natürlich auch wieder Teil der beliebten **Wiener Wiesnplatte** ist. Zusammen mit dem **Wiener Krustenbraten** und dem saftigen **Kümmelkarree** bietet die 200 g-Packung die perfekte Auswahl an fein geschnittenen Braten-

Spezialitäten und ist zur Oktoberfestzeit ein saisonaler Umsatzbringer.

Ebenfalls wieder erhältlich ist der **Wiesbauer Backofen Leberkäs'** (100 g), der aus feinstem Ochsenfleisch handwerklich gefertigt und bis zur Vollendung gebraten wird. Und als neues Saison-Highlight wird es unter dem Motto „O'zapft is!“ erstmals das **Wiesn-Wurst-Tragerl** geben, das neben klassischen Jausen-Schmankerln eine kleine Überraschung bereithält und im ungekühlt haltbaren Regal platziert werden kann. Im rustikalen Holz-Look macht sich das Tragerl auch super als Geschenk oder Mitbringsel.



Muss-Marke 2023

Wiesbauer Snacks muss man haben

Eine aktuelle Studie zeigt: Die Marke Wiesbauer ist für die Konsument:innen unverzichtbar!

Das Branchenmagazin Regal hat die hohe Inflation zum Anlass genommen, die „Muss-Marken 2023“ zu küren. Das sind jene



Marken, die aus Sicht der Konsument:innen keinesfalls in den Sortimenten des Handels fehlen dürfen. So wie Wiesbauer!

In einer Online-Studie hat das Market Institut erhoben, ob sich die Verbraucher:innen vorstellen können, trotz höherer Preise auf einzelne Brands zu verzichten bzw. diese weniger oft zu kaufen, um Geld zu sparen. Dabei wurden über 300 Marken aus verschiedenen Warengruppen abgefragt. Der erste Platz bei den Wurstsnacks für Wiesbauer bestätigt: Auf unsere hochwertigen Wurstspezialitäten wollen die Konsument:innen nicht verzichten! Damit ist Wiesbauer auch für den LEH ein unverzichtbarer Partner, der starke Abverkäufe und stabile Erträge sichert. Die Auszeichnung als „Muss-Marke“ bekräftigt einmal mehr das hohe Kundenvertrauen und zeigt, dass auch – oder gerade – in Krisenzeiten der Genuss nicht zu kurz kommt.

Wussten Sie schon, dass...

... Wiesbauer pro Jahr 164 Tonnen Treibhausgasemissionen einspart? Das entspricht dem CO₂-Ausstoß von mehr als 1 Mio. gefahrenen Kilometern mit dem PKW!

Wiesbauer is(s)t bewusster!

Weiterführung der Informations-Kampagne

Letztes Jahr informierte Wiesbauer erstmals auf den Wurstaufschnitt-Packungen über die wichtigsten Eckpfeiler seines Umweltschutz-Programms. Ab Mai 2023 geht die Kommunikation in die nächste Runde.

Wiesbauer setzt seit jeher im gesamten Unternehmen auf ein umfassendes ökologisches Nachhaltigkeits-Konzept. Um in Sachen Klimaschutz zur Trendwende beizutragen, investieren wir laufend in die Zukunft und setzen – weit über die gesetzlichen Vorgaben hinaus – kontinuierlich Maßnahmen zur Reduktion des CO₂-Fußabdrucks.

Unter dem Motto „Wiesbauer is(s)t grüner“ haben wir im Vorjahr begonnen, die Konsument:innen über die wichtigsten Umweltschutz-Maßnahmen zu informieren: Neben Ressourceneinsparungen in der Produktion bemüht sich Wiesbauer unter anderem um den Ausbau erneuerbarer Energien sowie nachhaltige und recycelbare Verpackungslösungen.

Aufgrund der vielen positiven Rückmeldungen auf Konsumentenseite wird die Kommunikation nun fortgeführt: Ab Mai sind die Wurstaufschnitt-Packungen mit einem Hinweis-Sticker versehen, der – diesmal in knalligem Orange und unter dem Titel „Wiesbauer is(s)t bewusster“ – über nachhaltigen Genuss informiert.

Dabei stellen wir nicht nur die sorgfältige Auswahl der verwendeten Rohstoffe sowie deren lückenlose Rückverfolgbarkeit in den Fokus, sondern setzen insbesondere auch ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung.

Es wird explizit darauf hingewiesen, dass das Mindesthaltbarkeitsdatum kein „Wegwerfdatum“ ist und die Produkte weit länger gut und genießbar sind als auf der Packung angegeben.

Wiesbauer is(s)t bewusster



Wir achten bei unseren Produkten auf:



SORGFÄLTIGE ZUTENAUSWAHL

Für besten Geschmack arbeiten wir ausschließlich mit zertifizierten und kontrollierten Rohstoff-Lieferanten zusammen.



LÜCKENLOSE RÜCKVERFOLGBARKEIT

Wir können für jedes Produkt die einzelnen Zutaten bis zum Lieferanten nachverfolgen.



KONTROLLIERTE QUALITÄT

In unserer Qualitätssicherung sind rund 20 Personen für die Einhaltung und Kontrolle der hohen Qualitäts- und Hygienestandards verantwortlich.



LÄNGERE HALTBARKEIT

Das Mindesthaltbarkeitsdatum ist kein „Wegwerfdatum“. Unsere Produkte sind länger genießbar als auf der Packung angegeben.

Wurst & Wein als genussvolles Paar

Aktivierung des Export-Marktes

Wiesbauer startet eine Gewinnspiel-Promotion in Kooperation mit den Lauffener Weingärtnern.

Wiesbauer erwirtschaftet rund die Hälfte des Gesamtumsatzes im Export – größtenteils in Deutschland, wo die Listungen in den letzten Jahrzehnten erfolgreich landesweit ausgebaut werden konnten. Nicht nur die Bergsteiger ist dabei zum genussvollen Botschafter der österreichischen Wurstkultur geworden, auch viele weitere Wiesbauer Wurstspezialitäten wie die *gebratene Käsewurst* erfreuen sich bei unseren Nachbarn großer Beliebtheit.

Um die Bekanntheit und die Abverkäufe der *gebratenen Käsewurst* am deutschen Markt weiter zu steigern, steht diese im Frühjahr im Mittelpunkt eines großen Gewinnspiels, für das wir uns die Lauffener Weingärtner, eine der größten

Winzergenossenschaften Deutschlands, als renommierten Partner an Bord geholt haben. Gemeinsam verlosen wir tolle Genusspakete unter allen Teilnehmer:innen, die online eine einfache Gewinnfrage beantworten.

Kommuniziert wird das Gewinnspiel über einen Sticker auf den Slicer-Packungen der *gebratenen Käsewurst*. Zusätzlich tragen die Flaschen der Lauffener Weine ein Leporello um den Hals, das über die Teilnahme informiert.

