Die Informationszeitung für Wiesbauer-Freunde
Nr.88

Verkaufs impulse

Wiesbauer is(s)t grüner

Gelebte Nachhaltigkeit

Wiesbauer setzt sich seit jeher aktiv für den Klimaschutz ein. Da dieses Thema heute so wichtig ist wie nie, werden die Umweltschutz-Maßnahmen jetzt aufmerksamkeitsstark auf den Slicer-Packungen kommuniziert.

Ökologie und Nachhaltigkeit sind für Wiesbauer seit vielen Jahrzehnten ein wesentlicher Bestandteil der Firmenkultur. Das Unternehmen ist nicht nur langjähriger „klimaaktiv"-Partner, sondern wurde auch von der Stadt Wien im Rahmen der Initiative „OekoBusiness Wien" ausgezeichnet. Schon Mitte der 1990er Jahre wurde der neue Firmenstandort in der Wiener Laxenburger Straße bewusst nach ökologischen Aspekten errichtet und war damals seiner Zeit weit voraus. Das Umweltschutz-Konzept reicht vom betriebseigenen Kraftwerk zur Energieerzeugung über die Luftreinhaltung bis zur Abwasserreinigung, weiters ist der vorgeschriebene Löschwasserteich direkt vor dem Eingang als begrüntes Biotop angelegt.

Als Vorreiter der Branche setzt Wiesbauer – über die gesetzlichen Vorgaben hinaus – laufend weitere Maßnahmen, um in Sachen Klimaschutz zur Trendwende beizutragen. Dazu zählen die Transparenz in der Lieferkette und die Sicherstellung des Tierwohls ebenso wie eine großangelegte Photovoltaikanlage oder die Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen. So ist es Wiesbauer beispielsweise gelungen, bei den Unterfolien der SB-Packungen bis zu 30 % Kunststoff einzusparen und gleichzeitig den RePET-Anteil auf nachweislich bis zu 80 % zu erhöhen.

„Zum Schutz der Umwelt setzen wir im gesamten Unternehmen auf ein umfassendes ökologisches Nachhaltigkeits-Konzept und investieren laufend in die Zukunft. Dadurch wird das CO_2-Einsparungsvolumen jährlich gesteigert", erklärt Wiesbauer-Geschäftsführer Thomas Schmiedbauer.

Damit die KonsumentInnen von dem Umwelt-Engagement erfahren und wissen, dass sie die Wiesbauer-Wurstspezialitäten mit gutem Gewissen genießen können, werden die Slicer-Verpackungen ab Ende Mai für einen begrenzten Zeitraum mit einem entsprechenden Hinweis versehen. Unter dem Motto „Wiesbauer is(s)t grüner" informiert ein auffälliger Störer auf den Produkten über die wichtigsten Eckpunkte des Nachhaltigkeitsprogramms. Dadurch werden die ökologischen Benefits für die VerbraucherInnen klar kommuniziert und das positive Image der Marke Wiesbauer weiter gestärkt.

Wiesbauer is(s)t grüner
Wir produzieren mit:

SONNENENERGIE
Durch unsere Photovoltaikanlage sparen wir jährlich Strom & CO_2

ENERGIEEFFIZIENZ
Wir sparen Energie durch intelligente Wärmerückgewinnung

UMWELTBEWUSSTSEIN
Wiesbauer reduziert Plastik durch alternative Verpackungsvarianten

REPET
Wir achten bei allen Verpackungen auf einen hohen Recyclinganteil

OekoBusiness Wien Ausgezeichnet 2021

klimaaktiv Partner

Global denken

KommR Karl Schmiedbauer,
Aufsichtsratsvorsitzender der Wiesbauer Holding AG

Liebe Leserin,
lieber Leser!

Die Branche befindet sich in einem Umbruch. Zum einen ist deutlich zu merken, dass der Konsum von Fleisch und Wurst etwas zurückgeht. Zum anderen hat sich in der jüngeren Vergangenheit die Wertigkeit der Produkte ganz wesentlich verändert: Wir verkaufen heute weit mehr als die Hälfte unserer Wiesbauer-Wurstspezialitäten gesliced bzw. in kleineren SB-Packungen. Der Wertanteil des eigentlichen Rohstoffes Fleisch nimmt dabei immer weiter ab, während die Kosten für hochwertige, nachhaltige Verpackungen sowie die Produktnebenkosten, zum Beispiel für Energie, Logistik und Handling, so hoch sind wie noch nie. Das führt zu einer Verschiebung der Wertschöpfung und beeinflusst die ohnehin schon knappen Gewinnmargen.

Dazu kommen Lieferengpässe bei den Verpackungsmaterialien, die zu einer fehlenden Planbarkeit führen. Aufgrund des weltweit steigenden Verbrauchs müssen etwa Folien und Kartonagen bereits Monate im Voraus bestellt und gelagert werden, damit wir unsere Kunden zuverlässig beliefern können.

Diese Entwicklungen haben natürlich Auswirkungen auf die Produktion.
Der Platzbedarf für die Lagerung steigt ebenso wie jener für neue Produktionstechnologien und Verpackungsanlagen. Daher werden wir bei Wiesbauer einmal mehr in die Zukunft investieren und planen einen weiteren Zubau am Wiener Stammbetrieb, um die weitere Entwicklung des Unternehmens auch für die nächsten Jahre positiv sicherzustellen.

Wir setzen Impulse !

Erfolgreiches Jahr 2021

Umsatz auf Vorjahres-Niveau

Wiesbauer erzielte 2021 einen Gruppenumsatz von € 185 Mio. und konnte damit das Vorjahres-Niveau halten.

Beim traditionell zu Jahresbeginn stattfindenden Kick-off-Meeting gab Wiesbauer-Geschäftsführer Thomas Schmiedbauer die aktuelle Umsatzentwicklung bekannt: Die gesamte Wiesbauer-Gruppe mit den vier Betriebsstätten in Wien-Liesing, Sitzenberg-Reidling (Niederösterreich), Saalbach (Salzburg) und Gönyű (Ungarn) konnte sich in dem derzeit sehr schwierigen Marktumfeld gut behaupten. Mit einem Gesamtumsatz von € 185 Mio. wurde annähernd das Vorjahresergebnis (€ 186 Mio.) erreicht. „Das ist in dieser schwierigen Zeit als Erfolg zu werten – und ist nur möglich durch die gleichbleibende Top-Qualität unserer Produkte und den unermüdlichen täglichen Einsatz unserer insgesamt 770 MitarbeiterInnen", erklärt Schmiedbauer. Aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie fand das Kick-off-Meeting diesmal in kleinerem Rahmen im Wiener Betrieb statt. Trotz der einschränkenden Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen war die Stimmung bei den MitarbeiterInnen durchwegs positiv.

Designrelaunch

Bergsteiger mit neuem Etikett

Unsere „Original Bergsteiger" erhält ein moderneres und dynamischeres Packungsdesign.

Die „Original Bergsteiger" ist und bleibt das Top-Produkt von Wiesbauer. Sie begeistert seit 90 Jahren mit ihrem unverwechselbaren, mild-würzigen Geschmack und ist die beliebteste Dauerwurst in Österreich und Deutschland. Um am Puls der Zeit zu bleiben und unserem Klassiker einen neuen zeitgemäßen Auftritt zu verleihen, wird nun das Packungsdesign der SB-Stück-Produkte modernisiert: Die „Bergsteiger"-Stangen (220g, 300g und 500g) erhalten ein neues Schmucketikett mit schräger Banderole, das für eine dynamischere und noch auffälligere Optik sorgt. Das adaptierte Design wurde vorab im Rahmen einer Marktforschung getestet und wurde von den 1000 befragten KonsumentInnen durchwegs positiv bewertet. Das Logo selbst und die farbkräftige Unterfolie mit dem charakteristischen grün-gelben Karo-Muster bleiben dabei unverändert.

Passend zur „Original Bergsteiger" punktet auch die „Bergsteiger Junior", unsere jüngste Snack-Innovation, mit einer leichten Designoptimierung: Neben der schrägen Schleife sorgt auf den 80g-Beuteln ein roter Button mit dem Hinweis „neu" für zusätzliche Aufmerksamkeit und soll verstärkt zu Probierkäufen anregen. In der umweltfreundlichen Folienverpackung sind die g'schmackigen Snack-Stangerl ideal für unterwegs.

Sommerfrische

Leichte Wurstsorten für heiße Tage

Gerade im Sommer erfreuen sich unsere erfrischend-leichten Brühwürste besonders großer Beliebtheit. Wiesbauer hat sich in diesem Bereich mit den „Knacker Bratlingen“ wieder etwas Neues einfallen lassen.

Wiesbauer bietet ein abwechslungsreiches Sortiment an Frischwurst- und Aufschnittvarianten, die das ganze Jahr über – speziell aber in der heißen Sommerzeit – in aller Leichtigkeit außergewöhnliche Geschmacks-Schwerpunkte setzen: Ob die klassische „Feine Extra“, die „Gurkerl Extra“, die „Pikante“ oder die kalorienarme „Leichte Kalbspariser“, die dank des hohen Kalbfleischanteils mit ihrem unvergleichlich zarten Biss und ihrem unnachahmlichen Geschmack begeistert. Für alle, die sich nicht entscheiden können oder sich bei der Jause einfach mehr Abwechslung wünschen, bieten der „Gourmet Aufschnitt“ und der „Frühstücks Aufschnitt“ eine feine Auswahl verschiedener Brühwurst-Spezialitäten.

Ganz im Sinne von Wiesbauer, klassische Produkte neu zum Leben zu erwecken und zu verbessern, haben wir außerdem mit der „Knacker geschnitten“ ein typisch österreichisches Traditionsprodukt in eine innovative Form gebracht. Schonend gebrüht und leicht geräuchert, ist die hauchdünn geschnittene Knacker perfekt fürs Semmerl oder Wurstbrot und macht sich auch wunderbar als saure Wurst. Für noch mehr Geschmack sorgen als pikante Varianten die „Gurkerl Knacker“ und die „Scharfe Knacker“ mit Essiggurkerl- bzw. Peppadew-Stückchen.

Nun hat sich Wiesbauer wieder etwas Besonderes einfallen lassen: Die neuen „Knacker Bratlinge“ sind in dickere Scheiben geschnitten und eignen sich somit super zum Braten und Grillen: Einfach kurz auf beiden Seiten goldbraun anrösten und mit Kartoffelpüree, Gemüse oder einer anderen Beilage nach Wahl genießen. Auch bei jeder Grillparty sind die „Knacker Bratlinge“ eine tolle Abwechslung für Groß und Klein. Als schnelle warme Mahlzeit eröffnen sie neue Verzehranlässe und sprechen damit neue KundInnen an. Die 180g-Packung enthält vier Scheiben und ist ideal für zwei Personen. Liefereinheiten sind wahlweise fünf Packungen im Polybeutel bzw. 10 Stück im Karton. Die Haltbarkeit beträgt, wie bei allen Frischwürsten von Wiesbauer, 21 Tage bei gekühlter Lagerung.

Wussten Sie schon, dass…

- Wiesbauer beim Internationalen Fachwettbewerb für Fleisch- und Wurstwaren 2021 **drei Mal Gold** für den „Sous vide Schinken“, den „Sous vide Braten“ und die „Bergsteiger Junior“ gewonnen hat?

Volle Werbepower

Media-Kampagne auf Facebook & Instagram

Ergänzend zur TV- und Radiowerbung setzt Wiesbauer dieses Jahr in der Kommunikation auf eine reichweitenstarke Social Media-Kampagne, um insbesondere auch die jüngere Zielgruppe zu erreichen.

Im Herbst 2020 startete Wiesbauer seine Präsenz auf Social Media und konnte bisher schon mehrere Tausend Fans bzw. Follower auf Facebook und Instagram begeistern. Mit zielgruppenorientierten Postings von g'schmackigen Bildern und pikanten Stories sowie mit verschiedenen Gewinnspielen konnte in relativ kurzer Zeit bereits eine treue Fan-Community aufgebaut werden. Nun setzt Wiesbauer noch eins drauf: Mit einer großen Anzahl an maßgeschneiderten Werbeanzeigen soll die Reichweite in den sozialen Medien weiter deutlich ausgebaut werden. Die Kampagne läuft bereits und stellt insbesondere unsere „Original Bergsteiger" sowie die neue „Bergsteiger Junior" in den Mittelpunkt. Bis Mai erwarten wir durch die Kampagne in Österreich und Deutschland eine Reichweite von mehr als 3 Millionen Kontakten sowie viele zusätzliche Fans.

Parallel dazu setzt Wiesbauer natürlich weiterhin auf TV- und Radiowerbung, um mit umfassender Kommunikation das Markenimage und somit auch die Verkaufszahlen weiter zu steigern. Hinzu kommen zahlreiche Below-the-line-Aktivitäten wie Sportsponsorings, Samplings und Verkostungen, damit die Wiesbauer-Wurstspezialitäten garantiert in aller Munde sind.

Gold bei Best2Trust

Wiesbauer ist Österreichs Wurst-Marke mit dem größten Kundenvertrauen

Vor kurzem veröffentlichte das Cash Handelsmagazin die Ergebnisse der aktuellen Best2Trust-Vertrauensstudie: Wiesbauer genießt das größte Kundenvertrauen bei Wurst und Schinken!

Im Rahmen der Best2Trust-Studie wurden österreichweit 2000 KonsumentInnen zu insgesamt 200 Marken rund um das Thema Markenvertrauen befragt. Die Kundenbewertungen wurden nach vier unterschiedlichen Dimensionen evaluiert und aus den Ergebnissen jeweils ein „Vertrauenswert" als vergleichbare Messgröße berechnet. Das erfreuliche Ergebnis: In der Warengruppe Wurst & Schinken konnte Wiesbauer den höchsten Vertrauenswert erzielen und wurde als Kategorie-Sieger mit der Goldmedaille prämiert. Dabei konnte sich Wiesbauer erfolgreich gegen 18 namhafte Marken durchsetzen. Dass unsere KundInnen seit vielen Jahrzehnten auf Wiesbauer vertrauen und die kompromisslose Top- Qualität unserer Produkte schätzen, wurde schon in der Vergangenheit durch zahlreiche Auszeichnungen bestätigt.

„Die aktuelle Prämierung bei Best2Trust zeigt uns, dass das Kundenvertrauen von Generation zu Generation weitergegeben wird – genauso wie bei uns im Unternehmen die Leidenschaft für erstklassige Wurstspezialitäten", so KommR Karl Schmiedbauer, Aufsichtsratsvorsitzender der Wiesbauer Holding AG.

BEST2 TRUST Gold 2021 CASH

Drei Generationen: KommR Karl Schmiedbauer (li.), sein Sohn Thomas Schmiedbauer (re.) und Enkel Benjamin Uher, der im Betrieb derzeit seine Ausbildung absolviert.

Impressum: Kundenjournal | Zweck der Zeitschrift: Kundeninformation | Herausgeber: Wiesbauer Österreichische Wurstspezialitäten GmbH, für den Inhalt verantwortlich: Thomas Schmiedbauer, A-1230 Wien, Laxenburger Str. 256, Tel.: +43 (0)1 61415-0, 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: Nicole Hoffmann | Gestaltung: Monika Gnong, Josef Lindengrün | Druck: Print Alliance, **100% Recyclingpapier**