

**WIESBAUER-GRILLSORTIMENT SETZT SICH AUS SINGLE- UND MIXPRODUKTEN ZUSAMMEN**

## Konzentration auf erfolgreiche Produktrenner!

**W**iesbauer hat in den vergangenen Jahren ein breit gefächertes Grillprogramm aufgebaut, das ständig mit interessanten Innovationen erweitert wurde. Für die vor der Tür stehende

Mini Würstelsorten. Diese eignet sich ideal für Kinder und für Grillfreunde, die vor der Hauptspeise gerne auch Würstel genießen wollen. In einer 300g-Verpackung befinden sich insgesamt 14 Mini Würstel,

unserer „Käsekraier“, die durch einen abschließenden Bratvorgang ihre typische goldbraune Farbe erhalten. Wer ein dünneres Kaliber bei Grillwürstelprodukten bevorzugt, für den gibt es die „Käsegriller“, die – so wie die „Käsekraier“ – mit qualitativ hochwertigem österreichischen Emmentaler hergestellt werden. Diese bieten wir in der 300g-Vakuumverpackung mit 7 Stück an. Aber es gibt auch eine Neuheit im Wiesbauer-Grillsortiment, die auf Wunsch eines bekannten österreichischen Winzers von uns entwickelt wurde: Liebhaber einer etwas schärferen Geschmacksnote werden von den – auf Basis der Rezeptur unserer „Käsekraier“ – von uns neu angebotenen „Chili Käsegriller“, die wir geschmacklich genau abgestimmt mit Chili würzen, begeistert sein! Auch bei dieser Grill-Innovation befinden sich 7 Stück in der 300g-Vakuumverpackung.



Grillsaison 2021 haben sich die Produktverantwortlichen von Wiesbauer nun entschlossen, ein sich auf die Produktrenner der vergangenen Grillsaisonen konzentrierendes Sortiment anzubieten. Dieses setzt sich aus verkaufstarken Single- und Mixprodukten zusammen, die alle in der für Wiesbauer typischen rot-weiß karierten Markenaufmachung und damit im SB-Regal des LEH sofort wiedererkennbar angeboten werden. Weiters sind unsere Grillwürstel durch eine schonende Pasteurisierung mit fast 60 Tagen besonders lange haltbar. Alle von Wiesbauer angebotenen Grillwürstel-Spezialitäten können nicht nur auf dem Grill, sondern auch einfach und schnell in der Pfanne zubereitet werden. Konsumenten, die neben hoher Qualität und vorzüglichem Geschmack die Vielfalt im SB-Kühlregal suchen, finden dort genau das Richtige. Zum Produkthit hat sich unser „Party Mini Mix“ entwickelt, mit dem Wiesbauer in die letztjährige Grillsaison gestartet ist. Dabei handelt es sich um eine Zusammenstellung von drei

und zwar 4 „Mini Käsekraier“ und je 5 „Mini Bratwürstel“ und 5 Mini „Frankfurter“. Unser „Grill Mix“ setzt sich in der 300g-Vakuumverpackung aus je zwei Stück „Bratwürstgriller“ und „Pepperonigriller“ sowie drei Stück „Käsegriller“ zusammen. Zusätzlich bietet Wiesbauer in der Grillsaison 2021 mit dem 1.000g-„Alpengriller“ einen attraktiven Aktionsartikel, bestehend aus fünf Jumbo-Grillwürsteln.

Als der Produktklassiker unter unseren Grillwürstel-Spezialitäten hat sich ganz eindeutig die „Käsekraier“ etabliert, die sich auf Grund ihrer hohen Qualität und des einzigartigen Geschmackserlebnisses bei den Konsumenten großer Beliebtheit erfreut. In einer 300g-Vakuumverpackung befinden sich drei Stück

Nicht unerwähnt bleiben soll, dass Wiesbauer in der Grillsaison 2021 neben seinen ausgesuchten Grillwürstel-Spezialitäten auch heuer wieder dem Lebensmittelhandel seine auf Sous Vide-Basis hergestellten Fleischspezialitäten anbietet. Aus unserem BBQ-Sortiment wollen wir stellvertretend

drei Produkt-Spezialitäten hervorheben: Unsere bei den Konsumenten sehr beliebten „Spare Ribs“ und „Beef Ribs“ sowie die „Big Ribs“. Dabei handelt es sich um speziell zugeschnittene „Spare Ribs“ wo der geschmacklich beste und hochwertigste Fleischteil direkt an den Rippen bleibt. Diese Produktneuheit ist in der Lage, einen neuen Trend am Markt zu setzen!



**GLOBAL DENKEN**

KommR  
Karl Schmiedbauer  
Aufsichtsratsvorsitzender  
der Wiesbauer Holding AG



**Sehr geehrte Leser!**

Im Editorial dieser Ausgabe unserer Kundenzeitung möchte ich nochmals kurz auf das vergangene, überaus herausfordernde Geschäftsjahr zurückblicken. Natürlich wurde das letztjährige Umsatzergebnis der Wiesbauer-Gruppe maßgeblich durch Corona beeinflusst. Die Umsatzerhöhung unseres Wiener Stammbetriebes und die etwa gleich gebliebenen Ergebnisse unseres ungarischen Betriebes Wiesbauer-Dunahus sowie des Würstel-Spezialisten, der im Bundesland Salzburg beheimateten Landmetzgerei Senninger, konnten bei Weitem nicht den katastrophalen Umsatzrückgang unseres Gastrospezialisten Wiesbauer Gourmet wettmachen. Dieser hat allein im letzten Quartal weit über 45 % betragen. Eine Normalisierung im Laufe des Jahres 2021 ist speziell im Gastronomie-Sektor daher lebensnotwendig!

Nur da alle unsere Mitarbeiter des Wiener Stammbetriebes von Wiesbauer an einem Strang gezogen haben, war es möglich, das bei Weitem höchste Umsatz- bzw. Absatzergebnis der Firmengeschichte zu erzielen. Und das trotz widrigster und sich ständig verändernder Rahmenbedingungen in Bezug auf Schutz- und Hygienemaßnahmen. Das bedeutete eine enorme Belastung für alle Beteiligten.

Der Wiener Stammbetrieb von Wiesbauer zählt zu den wenigen, vom zuständigen Ministerium definierten Betrieben der Lebensmittelbranche in Österreich, die für den Erhalt der Versorgung der Bevölkerung in Notzeiten mitverantwortlich sind. Daher werden unsere Mitarbeiter in den nächsten Monaten schnellstmöglich geimpft. Das wiederum garantiert, dass wir auch in schwierigen Zeiten für unsere Kunden ein sicherer und verlässlicher Partner und Lieferant sind!

**WIR SETZEN IMPULSE**

**WICHTIGE AUSBILDUNGSINITIATIVE VON WIESBAUER**

**Neues Traineeprogramm gestartet**

Im Sommer 2020 wurde bei Wiesbauer das von der Geschäftsleitung sorgfältig vorbereitete und ständig begleitete Traineeprogramm mit zwei Teilnehmern gestartet. Diese neue Ausbildungsinitiative hat für das Unternehmen sehr hohe Priorität, um auch in Zukunft den notwendigen Führungskräftenachwuchs rekrutieren zu können.

Schon mehrfach haben wir über die Bedeutung von gezielten Ausbildungsmaßnahmen bei Wiesbauer berichtet – z.B. der Lehrlingsausbildung. Viele junge Mitarbeiter, die bei Wiesbauer ihre Lehrjahre absolviert haben, nehmen heute wichtige Positionen – vor allem in der Produktion – ein. Da es immer schwieriger wird, junge

standorte inklusive der Filialen und alle wichtigen Abteilungen in einem genau festgelegten Rhythmus zu durchlaufen. In einem vierteljährlich mit Wiesbauer-Geschäftsführer Thomas Schmiedbauer, dem Produktionsleiter Ing. Adolf Specht und dem Qualitätsmanager Ing. Martin Spindler durchgeführten Evaluierungsgespräch sollen die jungen Teilnehmer nicht nur von ihren Erfahrungen berichten, sondern auch ihre Ausbildungsfortschritte dokumentieren. Diese Gespräche sollen vor allem dazu dienen, dass berufliche Stärken, aber auch Schwächen erkannt werden und sich herauskristallisiert, in welchem Bereich bzw. in welcher Abteilung ein Absolvent – wenn



**Wiesbauer-GF T. Schmiedbauer (li.) begleitet persönlich die Arbeit der Trainees**

Menschen zu finden, die einerseits in der Branche arbeiten wollen und andererseits die Voraussetzungen dafür mitbringen, hat die Wiesbauer-Geschäftsführung ein aufwändiges und komplexes Traineeprogramm ins Leben gerufen, um die hier entstandene Lücke zu schließen.

Dieses Traineeprogramm bietet Interessierten – Maturanten (D: Abiturienten), aber auch jungen Wiesbauer-Mitarbeitern – die Möglichkeit, im Laufe von 2 Jahren alle vier Wiesbauer-Betriebs-

er geeignet ist – nach Beendigung seines Traineeprogramms in der Firmengruppe fix eingesetzt wird.

Derzeit beginnen pro Jahr zwei Teilnehmer, die ein angemessenes Gehalt erhalten, das Traineeprogramm. Schon jetzt hat sich gezeigt, dass diese Ausbildungsinitiative von den jungen Teilnehmern sehr gut angenommen wird. Wenn sich der erwartete Erfolg für Wiesbauer einstellt, kann die Zahl der Teilnehmer auf drei pro Jahr erhöht werden.

**WUSSTEN SIE SCHON, ...**



... dass gleich drei Wiesbauer Produktneuhheiten der vergangenen Monate von österreichischen Fachmedien prämiert wurden?

Neben dem zweiten Platz unserer Snack-Innovation „Bergsteiger Junior“ (CASH 12/2020) erzielte der „Party Mini Mix“ beim „best launch 2020“ (Produkt 11-12/2020) in der Kategorie

„Fleisch & Wurst“ den dritten Rang und unsere beiden Thekenprodukte „Original Sous-Vide Schinken“ sowie „Original Sous-Vide Braten“ errangen überlegen den Sieg!



**ERFOLGREICHE FESTTAGS- UND SAISONARTIKEL MÜSSEN GEWISSE KRITERIEN ERFÜLLEN**

## Wiesbauer mit großer Fachkompetenz und Know-how

**A**uf Grund erhöhter Konsumenten-  
nachfrage bietet Wiesbauer seit ei-  
nigen Jahren seinen Kunden zu beson-  
deren Anlässen spezielle Saison- und  
Festtagsartikel.



Daraus hat sich im Le-  
bensmittelhandel sogar ein eigener  
Trend entwickelt. Wiesbauer hat sich  
ausführlich mit diesem Thema ausein-  
andergesetzt und sich umfangreiches  
Know-how erarbeitet. Diese Fachkom-  
petenz stellen wir unseren Kunden be-  
reits seit einigen Jahren mit genau ab-  
gestimmten Produkt-Spezialitäten, die  
für ein erhebliches Verkaufsplus sor-  
gen, gerne zur Verfügung.

Besonders vor Festtagen wie Weihnach-

ten oder Ostern, rund um den Muttertag  
und zu Feiertagen, die zu einem „langen  
Wochenende einladen“, aber auch zu den  
vielen Oktoberfesten im deutschsprachi-  
gen Raum gibt es in den Regalen des  
LEH ein für diese Anlässe passendes  
Produktsortiment von Wiesbauer. Auch  
ein genau auf die vier Jahreszeiten ab-  
gestimmtes Artikelangebot unserer Firma  
findet man immer öfter.

Doch erfolgreich sind nur jene Produk-  
te, die gewisse Anforderungen erfüllen.  
Vor allem schnell und billig entwickelte  
Produktkopien erfolgreicher Marken  
sind meist zum Scheitern verurteilt. Für  
Wiesbauer als bedeutenden Markenar-  
tikel-Hersteller sind es spezielle Krite-  
rien wie die Produktform und die dazu  
passende Produktzusammenstellung,  
eine schöne, aber nicht zu überladene  
Aufmachung und Optik, die Grammatik  
und die Haltbarkeit. Wichtig ist aber auch  
der Zeitpunkt, ab wann man ein Festtags-  
produkt am Markt anbietet, die rechtzeiti-  
ge Lieferung sowie die optimale Platzie-  
rung im LEH. Wenn alle diese Kriterien  
erfüllt werden, ist die Wahrscheinlichkeit  
sehr hoch, dass man ein erfolgreiches  
Festtags- und Saisonprodukt in den Re-  
galen anbietet.

Da viele unserer Kunden sich bereits jetzt  
mitten in ihrer Sommer- bzw. Herbstpla-

nung befinden, stellen wir unseren Pro-  
dukttipp für die heiße Jahreszeit und die  
bald danach folgende Wiesn-Zeit vor: un-  
ser „Frühstücks Aufschnitt“, der sich  
in der locker-leichten 150g-Aromaschutz-  
verpackung aus den vier Brühwurst-Spe-  
zialitäten „Gurkerl-Extra“, „Feine Extra“,  
„Champignonaufschnittwurst“ und „Pikant-  
Feine“ zusammensetzt. Ideal zu den vie-  
len Oktoberfesten zu Herbstbeginn passt  
unsere „Wiener Wiesnplatte“. In der  
200g-Aromaschutzverpackung befinden  
sich unser „Wiener Krustenbraten“, das  
„Kümmelkarree“ und die „Wiener Prater



Stelze“, die wir in Deutschland unter der  
Bezeichnung „Brat Haxn“ verkaufen. Som-  
mer und Herbst können also kommen!

**DAS LIEBLINGSPRODUKT VON IRENE SCHMIDT: DIE „FEINE EXTRA“**

## „Ihr köstlicher Geschmack machte sie zu meiner Nr. 1!“

**A**uch in dieser Ausgabe unserer  
Kundenzeitung stellen wir einen  
Mitarbeiter und sein persönliches  
Lieblingsprodukt von Wiesbauer kurz  
vor. Diesmal ist es Irene Schmidt, die  
Leiterin der Personalverrechnung  
von Wiesbauer.

Gleich nach Abschluss der Handels-  
schule hat sie sich im Sommer 1984 bei  
Wiesbauer als Bürokräft beworben und  
wurde vom damaligen kaufmännischen  
Leiter sofort engagiert. Mit Schulungen  
im WIFI und in der Volkshochschule hat  
sie sich dann für ihren neuen Arbeits-  
bereich in der Personalverrechnung fit  
gemacht. Mit der Übersiedlung in den  
neuen Betrieb in Wien-Liesing und der  
parallel dazu erfolgten Pensionierung



ihrer Vorgängerin übernahm sie im Jahr  
1995, also vor über 25 Jahren, die Lei-  
tung der Personalverrechnung. Heute

führen Irene Schmidt und ihre beiden  
Mitarbeiterinnen monatlich die Abrech-  
nung für über 600 Mitarbeiter des Wie-  
ner Stammbetriebes und des Gastrobe-  
etriebes Wiesbauer Gourmet durch.

Auf die Frage nach ihrem Lieblingspro-  
dukt gibt Irene Schmidt eine klare Ant-  
wort: „Immer schon war für mich eine Ex-  
trawurst meine Lieblingswurst. Das hat  
auch mit Erinnerungen an meine Kind-  
heit zu tun. Da erhielt ich beim „Greißler  
ums Eck“, den es heute kaum mehr gibt,  
als Kind oft eine dünne Scheibe Extra-  
wurst zum Kosten. Und als ich dann bei  
Wiesbauer zu arbeiten begonnen und  
die „Feine Extra“ gekostet habe, war  
diese auf Grund ihres köstlichen Ge-  
schmacks schnell meine Nr. 1!“

**ZAHLEICHE MARKETING- UND WERBEAKTIVITÄTEN RUND UM UNSERE SNACK-INNOVATION**

## „Bergsteiger Junior“-Fahrräder als „Hingucker“!

Um den Bekanntheitsgrad unserer Top-Innovation „Bergsteiger Junior“ auf dem hart umkämpften Snack-Markt weiter zu steigern und die Verkaufszahlen zu erhöhen, werden auch im laufenden Jahr zahlreiche Marketing- und Werbeaktivitäten von Wiesbauer durchgeführt. Vor allem vor Ostern und rund um die bald beginnende Wandersaison werden diese für viel Aufmerksamkeit sorgen.

Nicht nur Umfragen, sondern auch das sehr oft von Kunden und Konsumenten geäußerte positive Feedback zeigen, dass diese qualitativ hochwertige Snack-Spezialität hervorragend schmeckt, sehr gut aussieht, modern und pfiffig ist, ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bietet und über wichtige Produkteigenschaften wie die lange ungekühlte Haltbarkeit verfügt. Neben permanenter TV- und Radiowerbung werden ausgesuchte Zielgruppen, zu denen vor allem jüngere Konsumenten zählen, mit groß angelegten Verteilaktionen auf verkehrsreichen Plätzen ange-



sprochen. Zum Einsatz kommen dabei auch speziell adaptierte Fahrräder, die auf Grund ihrer Aufmachung – ähnlich den im Sommer sehr beliebten Eisverkaufsständen – ein besonderer „Hingucker“ sind. Um den Aufmerksamkeitsgrad zu erhöhen, erinnern die beiden Reifen der „Bergsteiger Junior“-Fahrräder an zwei Würsträder.

Zur tatkräftigen Unterstützung des Handels beim Verkauf unserer „Bergsteiger Junior“ stellen wir unseren Kunden für Aktionen spezielle Displays kostenlos zur Verfügung. Weiters gibt es großangelegte 1+1-Gratis-Aktionen sowie verkaufsfördernde Kassen-Platzierungen.

**NEUER SOCIAL MEDIA-AUFTRITT VON WIESBAUER AUF FACEBOOK UND INSTAGRAM**

## Motivation einer neuen und jüngeren Zielgruppe

Als Ergänzung zu unserer Homepage, die von einer großen Zahl von Interessierten zur Information über das

Unternehmen, unsere breite Produktpalette und unsere aktuellen Aktivitäten genutzt wird, hat Wiesbauer kurz vor Jahresende 2020 seine Social Media-Präsenz gestartet: Der Auftritt auf Facebook und auf Instagram richtet sich vor allem an eine jüngere Ziel-

gruppe und soll diese motivieren, speziell für sie kreierte Wiesbauer-Produkte bei unseren Kunden im LEH zu kaufen. Im Gegensatz zu einem in erster Linie sachlich-informativen Auftritt auf einer Internet-Homepage muss das Erscheinungsbild in den sozialen Medien wesentlich bunter und lebendiger sein. Um hier den größtmöglichen Nutzen zu erzielen, hat Wiesbauer im Vorfeld die Beratung von erfahrenen Social Media-Experten in Anspruch genommen. Eine entscheidende Anforderung an einen erfolgreichen Auftritt in den neuen Medien lautet, weniger Informationsvermittlung zu betreiben, sondern mit den Nutzern in einen permanenten digitalen Dialog zu treten. Dazu ist es notwendig, laufend zielgrup-

penkonforme Botschaften zu posten. Im Mittelpunkt stehen dabei unsere Produkt-Spezialitäten und hier vorrangig unsere Snacks, wie zum Beispiel unsere Top-Innovation „Bergsteiger Junior“, mit denen wir natürlich die definierte Zielgruppe am besten ansprechen. Aber auch größere und kleinere Gewinnspiele sind bei einem Social Media Auftritt erfolgversprechende Instrumente.

Mit ständigen zielgruppengerechten Postings soll in kurzer Zeit eine große Nutzerbasis aufgebaut werden. Bereits nach wenigen Wochen konnten zehntausende Personen erreicht werden, allein im Dezember des Vorjahres waren es annähernd 40.000 Kontakte. Der permanente Dialog hilft auch mit, unsere Produkte laufend für den Verkauf im LEH zu optimieren.



Unternehmen, unsere breite Produktpalette und unsere aktuellen Aktivitäten genutzt wird, hat Wiesbauer kurz vor Jahresende 2020 seine Social Media-Präsenz gestartet: Der Auftritt auf Facebook und auf Instagram richtet sich vor allem an eine jüngere Ziel-

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.