

DER BELIEBTE ENTERTAINER PETER ALEXANDER WAR EIN GROSSER FREUND UNSERER PRODUKTE

„Euer „Wurzelspeck“ schmeckt himmlisch!“

Vor rund einem Jahr starb in Wien der beim Publikum überaus beliebte Schauspieler, Sänger und Showmaster Peter Alexander. „Peter der Große“, wie er auch gerne genannt wurde, war ein großer Freund unserer Produkte!

In der Weihnachtszeit des Jahres 1996 läutete beim Wiesbauer-Chef KommR Karl Schmiedbauer das Telefon. Am anderen Ende der Leitung war kein Geringerer als der Entertainer Peter



Foto: Thomas & Thomas/Justin Bild/picturesdesk.com

Der Entertainer Peter Alexander

Alexander, der wissen wollte, warum es bei dem von ihm geliebten „Wurzelspeck“ zwar geringe, aber doch für ihn merkbare Geschmacksunterschiede gibt. KommR Schmiedbauer wusste sofort, worum es ging und gab eine einfache Antwort: Je größer der Anteil der Fettfläche im Schnittbild ist, desto mürber schmeckt der „Wurzelspeck“. Daraufhin wollte Peter Alexander wissen, wie ein etwas weniger magerer „Wurzelspeck“ von außen erkennbar ist, da ihm der mürbe, würzige Geschmack besonders zusage. „Ganz einfach, Herr Alexander“, antwortete KommR Karl Schmiedbauer „auf eine einfache optische Art und Weise. Auf der Seite des „Wurzelspecks“ gibt es einen leicht erkennbaren Streifen, der die mageren Anteile des Produktes signalisiert. Je

sagen, Herr Schmiedbauer, Euer „Wurzelspeck“ schmeckt wirklich himmlisch!“

Voller Stolz erwiderte der Wiesbauer-Chef: „Herr Alexander, wir haben etwas gemeinsam. Sie sind ein großer musikalischer Botschafter unseres Landes und wir sind Österreichs Botschafter der kulinarischen Genüsse!“

Mit dem Versprechen, an die Adresse von Peter Alexander einen Rucksack

schmäler dieser Streifen ist, desto mürber ist der Geschmack!“



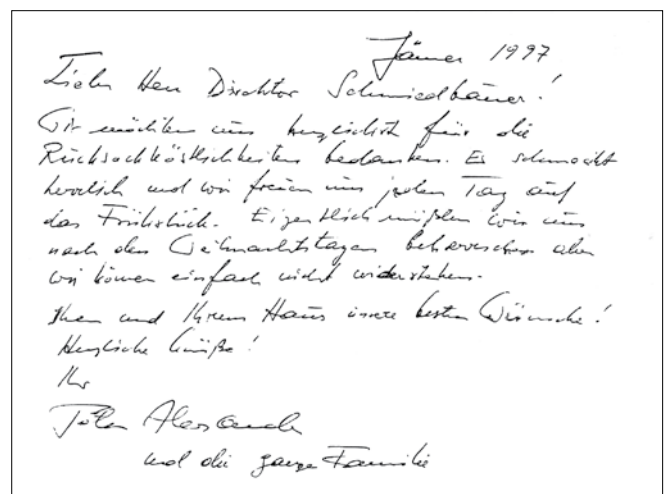
vollgefüllt mit Wiesbauer-Spezialitäten zu senden, wurde das für Wiesbauer fast ein wenig „historische“ Telefonat beendet.

Dankesbrief von Peter Alexander

Der Entertainer bedankte sich für die Auskunft und sprach noch ein großes und dickes Lob aus: „Ich muss Ihnen

Nachdem die Kostproben angekommen waren, griff der große Entertainer persönlich zur Feder und verfasste einen kurzen Dankesbrief, in dem er u. a. schrieb: „Lieber Herr Direktor Schmiedbauer, wir möchten uns herzlichst für die Rucksackköstlichkeiten bedanken. Es schmeckt herrlich und wir freuen uns täglich auf das Frühstück. Eigentlich müssten wir uns nach den Weihnachtstagen beherrschen, aber wir können einfach nicht widerstehen.“

Dieser Brief von Peter Alexander nimmt klarerweise einen Ehrenplatz im Archiv von Wiesbauer ein!



Der handgeschriebene Dankesbrief von Peter Alexander

GLOBAL DENKEN

KommR
Karl Schmiedbauer
Aufsichtsrats-Vorsitzender
der Wiesbauer Holding AG



Sehr geehrte Leser!

Mit einem „lachenden und einem weinenden Auge“ betrachte ich die Jahresergebnisse 2011 der Wiesbauer-Gruppe. Der Gruppen-Umsatz von 145 Mio. € wurde von insgesamt 700 Mitarbeitern erwirtschaftet. Die Mitarbeiterzahl hat sich im Vergleich zum Vorjahr um nur ca. 10% erhöht, was zeigt, dass die zahlreichen Maßnahmen zur Steigerung der Produktivität erfolgreich waren. Dies war auch auf Grund der nicht zufrieden stellenden Kosten- und Preissituation am Markt überaus wichtig. Seit Sommer 2011 sind die Preise für Fleischrohstoffe – vor allem im Bereich Wurstfleisch und Speck – enorm gestiegen. Die dadurch notwendigen Preisanpassungen im Verkauf konnten trotz zäher Verhandlungen mit dem LEH erst sehr spät realisiert werden.

Im abgelaufenen Jahr erzielten wir eine Steigerung des Gruppen-Umsatzes von über 15% gegenüber dem Jahr 2010. Verantwortlich dafür waren vor allem die gute Auftragslage – der Mengenabsatz konnte um knapp 20% erhöht werden –, aber auch die Übernahme der Metzgerei Senninger, die in Saalbach (Bundesland Salzburg) beheimatet ist. Weiterhin schwierig gestaltete sich die Kosten- und Preissituation am Markt. Es scheint sich im Jahr 2012 eine weitere Erhöhung der Rohstoffpreise abzuzeichnen. Die Notwendigkeit die passenden Preise am Markt zu erzielen wird auch im laufenden Jahr sehr schwierig sein. Optimistisch bin ich im Hinblick auf unsere Umsatzentwicklung, ich rechne auch weiterhin mit einer Steigerung!

Nicht nur im Interesse von Wiesbauer, sondern der gesamten Branche hoffe ich, dass sich das Jahr 2012 aus gesamtwirtschaftlicher Sicht doch positiver entwickeln wird, als es die Experten zu Jahresbeginn vorausgesagt haben.

WIR SETZEN IMPULSE

NEUES HANDBUCH FÜR ALLE WIESBAUER-MITARBEITER

Willkommen an der Spitze!

Die Wiesbauer-Gruppe ist in den letzten Jahren rasant gewachsen! Damit alle bereits bei uns arbeitenden, aber vor allem die neu ins Unternehmen eingetretenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über den gleichen Basis-Wissensstand verfügen, wurde unter der Federführung von KommR Karl Schmiedbauer ein Mitarbeiter-Handbuch entwickelt.

In einer formschönen, praktischen Ringmappe im Wiesbauer-Design mit dem Titel „Willkommen an der Spitze“ wird die Unternehmensgruppe vorgestellt – allem voran natürlich die für den Wiesbauer-Erfolg maßgeblich mitverantwortliche Unternehmensphilosophie. Jeder Wiesbauer-Mitarbeiter – egal, ob schon länger oder neu in der Unternehmensgruppe – soll seinen Beitrag zum „begeisterten Kunden“ leisten. Ein eigenes Kapitel im neuen Wiesbauer-Mitarbeiter-Handbuch ist den drei Säulen des Unternehmenserfolges „Natur – Mensch – Technik“ gewidmet, mit denen Wiesbauer schon seit langem für die heute oftmals zitierte Nachhaltigkeit sorgt. Die 16 Leitsätze der Wiesbauer-Kultur und die Bedeutung des Qualitätsmanagements nehmen natürlich auch einen wichtigen Platz im Handbuch ein.



In weiterer Folge widmen sich eigene Abschnitte der Geschichte, den wichtigsten Produkten und der Vorstellung der vier Betriebsstandorte in Wien, Sitzenberg-Reidling, Saalbach und Gönyü (Ungarn). Mit der Beschreibung der immer stärker werdenden Internationalisierung von Wiesbauer mit neuen Exportmärkten in Europa und Übersee sowie der Erfolgsstory der „Bistros & Shops“ werden zwei

wichtige Erfolgsfaktoren für die Zukunft der Unternehmensgruppe präsentiert. Aber es gibt im neuen Wiesbauer-Handbuch auch ganz praktische Hinweise für die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu den Bereichen Qualität, Hygiene, Gesundheit, Fehlerkultur,

Arbeitsklima, Sozialeinrichtungen, dem Verhalten im Brandfall und Erste Hilfe-Maßnahmen.

Mit einem eigenen Zertifikat wird bestätigt, dass der Inhalt des Wiesbauer-Mitarbeiter-Handbuchs nicht nur verstanden wurde, sondern dass jeder Einzelne dazu beiträgt, am weiteren Erfolg der Unternehmensgruppe mit voller Kraft mitzuwirken! Das bestätigt der Mitarbeiter und auch sein Vorgesetzter persönlich mit ihrer Unterschrift.

WUSSTEN SIE SCHON, ...

... dass Wiesbauer bei einer market-Studie, die beim AMA-Fleischforum 2011 vorgestellt wurde, Bestwerte in Bezug auf Bekanntheit und Beliebtheit erzielte?

... dass unser neu entwickeltes Top-Produkt „Gebratene Puten Keule“ einen Fettgehalt von nur 6% aufweist und damit voll im Trend liegt?



EIN BELIEBTER AKTIONSARTIKEL WIRD NUN GANZJÄHRIG VON WIESBAUER ANGEBOTEN

„Sonntagsaufschnitt“ mit vier köstlichen Schinkensorten

An Sonntagen – aber natürlich auch an Feiertagen – sollte nur das Beste auf den Tisch kommen! Zu einem schönen Sonntagsfrühstück oder zu einer gemütlichen Sonntagsjause im Familien- oder Freundeskreis gehört auf jeden Fall eine fein abgestimmte Auswahl an Schinkenprodukten. Wiesbauer bietet seinen Kunden im LEH für das SB-Regal ab sofort ganzjährig vier dafür ideale Schinkensorten in vorgeschchnittener Form als Aufschnitt an.

Bisher gab es diesen feinen Aufschnitt als Aktionsartikel nur vor Feiertagen wie Ostern oder Weihnachten. Da sich unser „Feiertagsaufschnitt“ bei den Konsumenten sehr großer Beliebtheit erfreute, sind zahlreiche Kunden des LEH mit dem Wunsch an uns herangetreten, dass wir diesen ganzjährig anbieten.



Und so wurde aus dem „Feiertagsaufschnitt“ der „Sonntagsaufschnitt“, der nun auch fix gelistet werden kann.

In der transparenten 200g-Verpackung befinden sich die drei beliebten Wiesbauer-Produkte „Salzburger Scherz“¹,

„Edelbratschinken“ und „Proseccoschinken“ aus der erfolgreichen Schinken-Range „Wiesbauer Exquisit“. Dazu kommt als köstliche Innovation und geschmackliche Alternative der neue „Rauchschinken“. Es handelt sich dabei um einen klassischen Schinken, der während der Herstellung zuerst gekocht und dann sorgsam über Buchenholz geräuchert wird. Das Ergebnis ist eine Schinken-Spezialität mit einem sehr intensiven Rauch-Geschmack und einer unverwechselbaren roten Farbe.

Da sich Aufschnitt-Produkte bei den Konsumenten immer größerer Beliebtheit erfreuen, werden diese sicherlich begeistert sein, dass der „Sonntagsaufschnitt“ von Wiesbauer ab sofort das ganze Jahr angeboten wird!

UNSER „WURZELSPACK“ ERFREUT SICH BEI DEN KONSUMENTEN GRÖSSTER BELIEBTHEIT

Eine einzigartig mürbe und würzige Speck-Spezialität

Schon der beliebte Entertainer Peter Alexander war ein großer Fan unseres „Wurzelspecks“ – wie man in der Titelstory dieser Ausgabe unserer „Wiesbauer Verkaufsimpulse“ nachlesen kann. Auch eine große Zahl an Konsumenten schätzt den einzigartig mürben und würzigen „Wurzelspeck“.

Die immer noch verwendete Rezeptur für diese Speck-Spezialität stammt von der Wiener Firma Neumann, bei der KommR Karl Schmiedbauer seine Lehrjahre absolvierte. Später als Chefassistent von KommR Maria Wiesbauer hat er dann den Betrieb samt der Rezeptur des „Wurzelspecks“ übernommen. Natürlich setzen wir heute bei der Produktion des „Wurzelspecks“ modernste Technologie ein, aber alles, was dazu beiträgt, dass das besondere Geschmackserlebnis erhalten bleibt,

wird nicht verändert. In einem speziellen Arbeitsvorgang werden die mit Magerfleisch leicht durchzogenen Bauchfleischstücke mit einer deftigen Gewürz-Knoblauchmischung versetzt und anschließend längere Zeit im Knoblauchsud gut durchgebeizt. Entscheidend für das besondere Geschmackserlebnis ist die von uns verwendete spezielle Gewürzsudmischung, deren Geheimnis wir hier natürlich nicht verraten.

Das Ergebnis dieses speziell von Wiesbauer angewandten Herstellungsverfahrens ist ein Produkt, das deftig schmeckt, mürb im Biss ist und zum weiteren Zugreifen verführt. Nicht umsonst steht auf jeder Packung: „Vorsicht! Macht süchtig!“.

Darüber hinaus ist der „Wurzelspeck“, den wir vakuumverpackt anbieten, sehr lange haltbar (49 Tage), was ebenfalls den Verkauf fördert.



**Art.Nr. 586: „Wurzelspeck“, SB
1 Stück, ca. 250g, vakuumverpackt**

EHRENVOLLE AUSZEICHNUNG FÜR UNSER BISTRO & SHOP IN ST. ANDRÄ-WÖRDERN

Lukullus 2011 an Wiesbauer

Im Rahmen des 13. AMA-Fleischforums in Perchtoldsdorf bei Wien fand Mitte November 2011 wieder die Verleihung des Lukullus statt. Erfreulicherweise zählt auch unser im Frühjahr 2011 eröffnetes Fleischerfachgeschäft in St. Andrä-Wördern (Niederösterreich) zu den Gewinnern des Lukullus 2011.

Diese in der Branche angesehene Auszeichnung wird an die besten Fleischerfachgeschäfte in Österreich verliehen. Die Beurteilung erfolgt dabei sowohl aus Kundensicht als auch durch eine Expertenjury.

Das im Ortszentrum von St. Andrä-Wördern gelegene „Bistro & Shop“ wird von der Bevölkerung der Region auf Grund des quantitativ großen und

qualitativ hochwertigen Angebotes gerne besucht und hat in den letzten Monaten viele neue Stammkunden und -gäste gewonnen. Besonders geschätzt werden von diesen auch das moderne und freundliche Ambiente und die Beratung durch unser gut geschultes Personal.

Neues Bistro & Shop in Neunkirchen

Seit Oktober 2011 kann man das um-



Neues Bistro & Shop in Neunkirchen



Lukullus-Verleihung an Wiesbauer (v.l.n.r.): G. Thum, A. Zöttl und J. Schabauer

Foto: Österreichische Fleischerzeitung

fangreiche Waren- und Schmankerlangebot auch im neu eröffneten Bistro & Shop in Neunkirchen erwerben bzw. in gemütlicher Atmosphäre genießen. Dieses befindet sich im Landeskrankenhaus Thermenregion Neunkirchen im südlichen Niederösterreich und ist sieben Tage pro Woche geöffnet.

INTERNET-GEWINNSPIEL MIT FRAGE ZUR SCHINKEN-RANGE „WIESBAUER EXQUISIT“

Verstärktes Ansprechen einer jüngeren Zielgruppe

Wiesbauer spricht die für die Zukunft wichtige jüngere Zielgruppe unter anderem mit trendigen Fingerfood-Produkten und Aktivitäten im Internet an. Bei unserem bei jungen Konsumenten beliebten Online-Gewinnspiel wird im Frühling erstmals eine Frage zu unserer Schinken-Range „Wiesbauer Exquisit“ gestellt. Als attraktiven Hauptpreis gibt es ein Wiesbauer-Mountainbike zu gewinnen. Das Mitmachen bei unserem Internet-Gewinnspiel, bei dem jeweils

zu Beginn einer Jahreszeit eine Frage zu einem Produkt gestellt wird, ist ganz einfach, das Echo überaus positiv. An den bisher durchgeführten Gewinnspielen mit Fragen zu unseren rustikalen Produkten haben jeweils tausende Konsumenten aus Österreich und Deutschland teilgenommen. Um eine Frage – drei Antwort-Optionen werden angeboten – richtig zu beantworten, haben sicherlich viele der Teilnehmer die jeweiligen Produkte in den Regalen unserer Kunden gesucht und höchstwahrscheinlich auch gekauft.

Auf Grund des großen Erfolges beziehen wir im Frühling dieses Jahres (März bis Juni 2012) erstmals auch unsere im deutschsprachigen Raum sehr erfolgreiche Schinken-Range „Wiesbauer Exquisit“ in unser Internet-Gewinnspiel mit ein.

Und speziell für eine jüngere Zielgruppe gibt es dabei zusätzlich zu 10 Kühltaschen, vollgefüllt mit köstlichen Schinken-Spezialitäten auch, ein sportliches Wiesbauer-Mountainbike zu gewinnen.



Impressum: Kundenjournal; Zweck der Zeitschrift: Kundeninformation; Herausgeber: Wiesbauer Österreichische Wurstspezialitäten GmbH. Für den Inhalt verantwortlich: KommR Karl Schmiedbauer; Redaktion und Gestaltung: F & F Team für Kommunikationsberatung, 1130 Wien; Druck: AV + Astoria, 1030 Wien. Diese Zeitung ist auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

A-1230 Wien, Laxenburger Str. 256,
Tel.: +43/(0)1/61415-0; Fax: +43/(0)1/6156211
Internet: www.wiesbauer.at
E-Mail: info@wiesbauer.at

Vertriebsbüro in Deutschland: Dipl.-Kfm. Stefan Liebe, Beethovenstraße 7, D-87435 Kempten,
Tel. +49/(0)831/69734-0, Fax: +49/(0)831/69734-10, E-Mail: vertrieb.de@wiesbauer.co.at