

MODERNER UND EINHEITLICHER MARKENAUFTRITT DER SLICER-RANGE VON WIESBAUER

"Evolution" unseres Verpackungsdesigns

Wiesbauer bietet im Bereich Slicer-Produkte – der Anteil der vorgeschnittenen Artikel macht bereits etwa die Hälfte unseres Gesamtsortiments aus – eine Vielzahl an Wurst-, Braten- und Schinken-Spezialitäten an. Diese Range ist über die letzten zwei Jahrzehnte kontinuierlich gewachsen. Mit Sommerbeginn 2018 werden nun alle Slicer-Produkte in einem neuen, modernen und einheitlichen Verpackungsdesign an unsere Kunden im LEH ausgeliefert. Die nachfolgend beschriebenen Neuerungen resultieren vor allem aus den Ergebnissen einer groß angelegten, in Österreich und in Deutschland durchgeführten Marktstudie.

Die Slicer-Produkte, deren Verpackungen schon bisher immer wieder an Kundenwünsche angepasst wurden, haben sich in den letzten Jahren mit einer Produktionskapazität von über 1,5 Millionen Stück pro Woche zum wichtigsten Umsatz- und Absatzträger von Wiesbauer entwickelt. Die Hauptanforderung an uns bei der Neugestaltung lautete "moderner und klarer", jedoch sollten imageprägende Stil- und Markenelemente weitgehend erhalten bleiben und nur sehr behutsam verändert werden. Man wollte eine "Evolution" des Verpackungsdesigns von Wiesbauer! So wurden das Wiesbauer-Logo und das für viele Kunden und Konsumenten bereits mit dem Namen Wiesbauer fix verbundene, beliebte rot-weiß-rote Karomuster nur geringfügig verändert.



Eine größere Änderung gab es beim dritten Stilelement unserer Slicer-Verpackungen, dem Buben in der Lederhose und dem Mädchen im Dirndl. Diese sollen in Zukunft noch stärker die Funktion als Testimonial einnehmen. Beide gemeinsam sind nur auf den Aufschnitt-Verpackungen abgebildet, unser Bub ist auf allen Verpackungen von Dauerwurst-, Braten- und Frischwurst-Spezialitäten, unser Mädchen auf den Verpackungen der Putenprodukte zu sehen.

Auf den Slicer-Verpackungen hat sich auch der grafische Aufbau geändert: Logo und Produktbezeichnung befinden sich nun am oberen Rand, wobei hier neben der größtmöglichen Auffälligkeit im SB-Regal auf die gute Lesbarkeit Wert gelegt wurde. Neu ist ein spezielles Textfeld, das sich im unteren Bereich der Verpackung rechts neben der vorher schon beschriebenen Personenabbil-

dung befindet. Unter der Headline "Wiesbauer schmeckt besser" gibt es eine kurze, prägnante und verkaufsfördernde Beschreibung der jeweiligen Produkte. Aber auch auf dem Etikett auf der Rückseite hat sich etwas getan: Besonderes Highlight ist dabei neben einem nun färbigen Logo ein markenrechtlich geschützter Strichcode in Wurstform!

Bei der Putenrange verwenden wir weiterhin das gelb-weiße Karomuster, das für Putenprodukte und für Leichtigkeit steht.

Die Einführung des neuen, modernen und einheitlichen Verpackungsdesigns und der damit verbundene starke Markenauftritt werden per Stichtag vollzogen. Daher werden mit Sommerbeginn 2018 alle Slicer-Produkte unseres Hauses im neuen Verpackungsdesign ausgeliefert. Wir sind davon überzeugt, dass diese Evolution die Marke Wiesbauer weiter stärken wird!

GLOBAL DENKEN

KommR
Karl Schmiedbauer
Aufsichtsratsvorsitzender
der Wiesbauer Holding AG



Sehr geehrte Leser!

Wie wir in dieser Ausgabe unserer Kundenzeitung berichten, haben wir in einem intensiven Arbeitsprozess die Produktverpackungen unserer gesamten Slicer-Range modernisiert. Unterstützt haben uns dabei die Ergebnisse von Marktforschungen, bei denen sowohl Kunden als auch Konsumenten befragt wurden. Besonders wichtig war mir persönlich, dass unsere bedeutendsten Imageträger wie unser Logo, unsere Firmenfarben und das rot-weiß-rote Karomuster nur äußerst behutsam modernisiert und in Hinblick auf bessere Les- und Erkennbarkeit angepasst wurden. Ich bin überzeugt davon, dass uns mit der Erneuerung der Verpackungen unserer gesamten Slicer-Produkt-range – auch in den Augen unserer Kunden – eine entscheidende Verbesserung gelungen ist!

Nun zu einem anderen, wichtigen Thema: Im vergangenen Jahr konnte unser Wiener Betrieb innerhalb der Wiesbauer Holding mit € 105 Mio. erstmals die 100 Mio. Euro-Grenze überschreiten. Nach diesem erfreulichen Ergebnis widmen wir aber jetzt auf Grund der nicht zufriedenstellenden Marktsituation unserer Branche – viel Umsatz, aber kaum Gewinne (das darf man wohl einmal so deutlich aussprechen) – das Jahr 2018 ganz der Konsolidierung. Die Konsequenz daraus: Umsatz nicht um jeden Preis! Wir brauchen positive Ergebnisse, damit wir auch weiterhin ein verlässlicher Partner für den LEH sind.

Ich hoffe, dass sich die Situation bald zum Besseren wendet, damit auch die nächsten Generationen die Freude und den Eifer mitbringen, die Branche langfristig erfolgreich für die Zukunft aufzustellen.

WIR SETZEN IMPULSE

ERFOLGREICHE STEIGERUNG DER ENERGIEEFFIZIENZ

Drei Wiesbauer Best Practice Projekte ausgezeichnet!

Der Wiesbauer Holding AG ist Umweltschutz ein großes Anliegen. Im Rahmen der 2. Energieeffizienz-Konferenz, die Ende November 2017 in Wien stattfand, wurden die drei von Wiesbauer eingereichten Best Practice Projekte vom damals amtierenden Umweltminister **Andrä Rupprechter** ausgezeichnet.

Die Steigerung der Energieeffizienz gehört zu den wichtigsten Werkzeugen für Energieeinsparung und langfristige Verringerung von CO2-Emissionen. Tausende Kilowattstunden können mit dem Setzen von Energieeffizienzmaßnahmen eingespart werden. Das ist das wichtigste Anliegen von "klimaaktiv", der Klimaschutzinitiative des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus (bmnt). Am Ende der 2. Energieeffizienz-Konferenz wurden 48 Best Practice Projekte für die erfolgreiche Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen im



Foto: bmnt/J. Mandzigen

Ernst Stocker (li.), der Geschäftsführer von Wiesbauer Gourmet Gastro, und der technische Leiter von Wiesbauer Gourmet Gastro, Reinhard Teufner

Rahmen des "klimaaktiv"-Programms "energieeffiziente Betriebe" ausgezeichnet. Die Wiesbauer Holding AG wurde gleich dreifach für die Betriebe Wiesbauer – Österreichische Wurstspezialitäten GmbH, Wiesbauer Gourmet Gastro GmbH und die Metzgerei Senninger GmbH prämiert. Um auch weiterhin eine Vorreiterrolle im Bereich Energieeffizienz einzunehmen, ist die Wiesbauer Holding AG nun offizieller Projektpartner von "klimaaktiv".

NEUER INTERNET-AUFTRITT VON WIESBAUER GOURMET

Wir beliefern Österreichs beste Restaurants – und nun auch Privatpersonen!

Im neuen Webshop von Wiesbauer Gourmet können nun auch Privatpersonen rund um die Uhr Fleischspezialitäten aus der ganzen Welt bestellen.

Das Angebot reicht unter anderem von Dry Aged und US Beef über Wagyu Beef aus Australien, Steakfleisch aus Uruguay, Beiried aus Argentinien, Iberico-Schwein, Kobe-Beef, Neuseeland-Lamm bis hin zu

exotischen Spezialitäten rund um den Globus. Mit dem neuen Sortiment im Online-Shop beliefert Wiesbauer Gourmet jetzt nicht nur die österreichische Spitzengastronomie, sondern auch Privatpersonen mit Fleischspezialitäten aus aller Welt. Darüber hinaus hat sich der neue Auftritt im Internet bereits gut als Diskussionsforum für alle fachlichen Belange etabliert.

WIESBAUER IST AUCH BEIM "8. WIENER WIESN-FEST" MIT EINEM EIGENEM FESTZELT VERTRETEN

Köstliche Produkt-Schmankerln zur "Wiesn"-Zeit

Bereits seit dem Jahr 2011 pilgern jedes Jahr im Frühherbst hunderttausende Wiener und Gäste der Donauegropole auf die Kaiserwiese im Wiener Prater, um im feschen Dirndl oder in der Lederhose beim "Wiener Wiesn-Fest" mitzufeiern. Vom 27. September bis zum 14. Oktober 2018 wird dabei auch heuer wieder das "Wiesbauer"-Zelt ein beliebter Treffpunkt von Jung und Alt sein. Immer zur "Wiesn"-Zeit gibt es aber auch passende und köstlich schmeckende Produkt-Schmankerln von Wiesbauer, die man nicht nur vor Ort im Wiener Prater genießen kann,



Wie die Stelze im vakuumversiegelten Plastikbeutel bei niedrigen Temperaturen (zwischen 50° C und 70° C) mehrere Stunden lang schonend gegart. Da aus dem Beutel weder Wasser noch Gewürze austreten können, bleibt das Fleisch unvergleichlich zart und saftig und entfaltet perfekt seinen natürlichen, unverfälschten Geschmack. Für den Konsumenten bedeutet dies, dass man unsere "Wiesn Stelze" schnell, einfach und gelingsicher im Backrohr auf höchstem Niveau wie in der Spitzengastronomie zu Hause zubereiten kann. Die köstliche "Wiener

Wiesnplatte" in der 200g-Aufschnitt-

sondern die wir auch heuer wieder unseren Kunden im Lebensmittelhandel für Aktionen rund um die Wiesn-Zeit, in der in ganz Österreich und Deutschland Feste veranstaltet werden, anbieten. Einige davon stellen wir nachfolgend kurz vor:

In diesem Jahr bieten wir rund um das "Wiener Wiesn-Fest" als Ergänzung unserer innovativen Sous Vide-Range der "Haubenküche für zu Hause" die "Wiesn Stelze" im dekorativen Karton an. Bei der in der Produktion eingesetzten "Sous Vide"-Gartechnolo-

verpackung erfreut sich bei den Konsumenten großer Beliebtheit. Mit den drei frisch geschnittenen, handwerklich hervorragend gefertigten Braten-Spezialitäten "Wiener Krustenbraten", "Kümmelkarree" und "Wiener Prater Stelze" kann man auch zu Hause sein eigenes gemütliches Oktoberfest feiern!

Ein besonderer "Wiesn"-Hit ist seit vielen Jahren unsere "Wiener Prater Stelze", die wir in Deutschland mit der Bezeichnung "Brat Hax'n" anbieten. In einem von Wiesbauer eigens entwickelten, handwerklich aufwändigen Verfahren wird eine nach einem speziellen Rezept gewürzte, mürb gebratene Schweinsstelze,

wie man sie in vielen Gaststätten bestellen kann, ausgelöst, in eine attraktive Form gebracht und gesliced.

Die "Wiener Prater Stelze" ist eine essfertige, rustikale, typisch alpenländische und mit 12% Fettanteil überraschend fettarme Produktspezialität. Diese kann natürlich kalt genossen werden. Im Stapel in der Mikrowelle erhitzt, kann man sich aber auch in der schnellen warmen Küche über ein uriges, sensationelles Geschmackserlebnis freuen! Die "Wiener Prater Stelze" bieten wir nicht nur als SB-Spezialität, sondern auch – heiß oder kalt serviert – für die Feinkosttheke an.



WIESBAUER JAHRES-KICK-OFF 2018 MIT EINEM PROMINENTEN GASTVORTRAGENDEN

"Wiesbauer ist der Innovationsführer"

Schon traditionell fand im Beisein des Aufsichtsratsvorsitzenden der Wiesbauer Holding, KommR Karl Schmiedbauer, Mitte Jänner 2018 das Wiesbauer Jahres-Kick-off-Meeting statt, an dem über 100 Teilnehmer von Wiesbauer-Wien – Führungskräfte,

Abteilungsleiter und deren Stellvertreter – teilnahmen.

Zu Beginn gab Wiesbauer Geschäftsführer Thomas Schmiedbauer nach seiner Begrüßung einen Überblick über die Jahresergebnisse 2017 und die für das laufende Jahr geplanten Ziele und Aktivitäten des Unternehmens. Im Anschluss stellte Produktionsleiter Ing. Adolf Specht die in seinem Bereich geplanten Maßnahmen vor.

Beim Jahres-Kick-off konnte Thomas Schmiedbauer auch einen besonderen Gastreferenten ankündigen: Univ.-Prof. Dr. Peter Schned-

litz, Vorstand des Institutes für Handel und Marketing an der Wirtschaftsuniversität Wien, der zu den führenden österreichischen Handelsexperten zählt, hielt einen sehr interessanten Vortrag zum Thema "Wie entwickelt sich der österreichische LEH und welche Chancen gibt es in Zukunft für innovative Anbieter?" Er stellte unter anderem zukunftsweisende Trends vor, denen der Handel folgen wird, um für die Konsumenten noch attraktiver zu sein. Dabei nimmt die zunehmende Digitalisierung einen wichtigen Platz ein. Auch weiterhin sind am Markt neue Produktideen gefragt, die aber den Grundbedürfnissen der Konsumenten entsprechen müssen. In diesem Zusammenhang nannte Univ.-Prof. Dr. Peter Schnedlitz Wiesbauer in dem für den Handel bedeutenden Wurst- und Fleischsektor den "Innovationsführer" unter den Anbietern in Österreich.



v.l.n.r. KommR K. Schmiedbauer, Univ.-Prof. Dr. P. Schnedlitz und T. Schmiedbauer beim Jahres-Kick-off 2018

LIEBLINGSPRODUKT VON PATRICK KASPAR: "BERGSTEIGER"

Geschmacklich "1A"!

In dieser Ausgabe haben wir den Leiter der Abteilung Verpackung, Patrick Kaspar, nach seinem persönlichen Lieblingsprodukt von Wiesbauer befragt.

Patrick Kaspar hat nach seinem Mittelschulabschluss im Jahr 2004 seine Fleischerlehre bei Wiesbauer begonnen, die er nach drei Jahren mit Auszeichnung abschloss. Nach Absolvierung des Militärdienstes beim österreichischen Bundesheer ist Patrick Kaspar direkt zu Wiesbauer zurückgekehrt und hat in der Verpackung zu arbeiten begonnen. Bereits nach zwei Jahren wurde er stellvertretender Abteilungsleiter. Seit dem Jahr 2016 ist er nun für diese Abteilung verantwortlich und leitet über 20 Mitarbeiter.

Auf die Frage nach seinem Lieblingsprodukt von Wiesbauer ist seine Antwort eindeutig: "Unsere Top-Marke, die Bergsteiger! Sie ist für mich geschmacklich "1A". Ich esse sie sehr, sehr gerne und genieße sie so oft wie möglich."



WUSSTEN SIE SCHON, ...

... dass Wiesbauer bei der diesjährigen 70. Jubiläums-Radrundfahrt, die Anfang Juli in Dornbirn starten und in 8 Etappen nach Wels führen wird, bereits zum 40. Mal als Sponsor mit dabei ist?

Auch heuer wieder trägt der Führende der Bergwertung das begehrte "Wiesbauer-Bergtrikot". Am 10.07.2018 führt die "Wiesbauer-Etappe" nach Prägraten in Osttirol.



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, Beethovenstraße 7, 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