EPP-Kongress

4. bis 7. Juni 2009 in Graz

„ Innovationen in der Fleischverarbeitung – wie halten wir den Kunden bei Laune“

Vortrag von
KommR Karl Schmiedbauer

Die Wiesbauer Gruppe heute

Gesamt € 120 Mio. Umsatz

- **Wien**
- **380 MA**
- **€ 75 Mio.** Umsatz

- **Gönyü** (Nähe Györ)
- **60 MA**
- **€ 7 Mio.** Umsatz

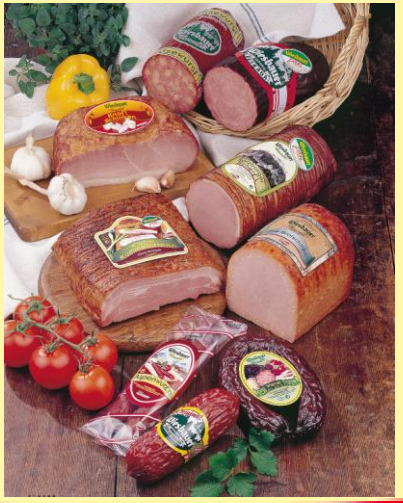
- **Reidling** (bei Tulln)
- **100 MA**
- **€ 38 Mio.** Umsatz

Start Export 1995

Mit EU-Beitritt Österreichs 1995 Produktionsaufnahme im neuen zukunftsweisenden Betrieb in Wien Liesing

→ dadurch Exportmöglichkeit in andere EU-Länder wie Deutschland, Belgien, Griechenland, skandinavische Länder

→ Durch länderübergreifende Konkurrenz aktive Akquirierung für den Export



<u>Vorteil Wiesbauer:</u>

Lizenzproduktion und Vertrieb der „Bergsteiger-Wurst“ in Deutschland

Marketingkonzept

- Änderung Firmenwortlaut
  „Franz Wiesbauer Wurst- und Selchwarenfabrik“
  in „Wiesbauer Österreichische Wurstspezialitäten GmbH“

- Qualitativ hochwertige Standartprodukte („Wiesbauer Polnische“, „Wiesbauer Cabanossi“, „Wiesbauer Orig. Wiener Dürre“) wurden durch passende Outfits und einer Optimierung in der Produktion zu typisch österreichischen Spezialitäten hochstilisiert.

- Produktion von egalisierten SB-Produkten

Akzeptanz beim Kunden

Unser Exportprogramm wurde unter dem Motto „rustikal, bodenständig, natürlich“ (alles Werte, die in Österreich einen sehr hohen Stellenwert haben) auf dem Markt gebracht.

Dieses straffe, zielorientierte Angebot (heiß geräucherte, luftgetrocknete, gebratene typisch österreichische Spezialitäten) hat durch die exzellente Qualität der Produkte in Verbindung mit einem konsequenten Markenauftritt und persönlicher Überzeugungsarbeit rasch Akzeptanz beim Kunden gefunden.

NATUR – MENSCH – TECHNIK

Eine Vision, die wir Wirklichkeit haben werden lassen!

Unser neuer Betrieb steht im Focus:

- Vorzeigbare Produktion
- Gelebte Qualitätsphilosophie
- Erkennbare Firmenkultur

„Powerfacts“, die „Wiespower“ erkennbar machen!

Dies alles unter der Überlegung, einen sehr leistungsfähigen Betrieb zu führen und landestypische Spezialitäten in den Vordergrund rücken.

Wichtigste Voraussetzung ist, dass bei JEDEM erzeugten Produkt der **„handwerkliche Touch“** erkennbar sein muss (bei Geschmack und Aufmachung)!

Mit dieser umgesetzten Philosophie haben wir im Export die Nische der Länderspezialitäten besetzt.

So sind wir in Deutschland flächendeckend als österreichisches Markenunternehmen anerkannt und haben auch in anderen Ländern der EU, in Osteuropa, in Ungarn, in Slowenien und Kroatien aber auch in Kanada viel versprechende Umsätze.

Marktbeobachtung / Trends

Natürlich werden laufend Konsumenten- bzw. Produkttrends von uns beobachtet.

Wir haben erkannt, dass wir mit unserer Markenphilosophie, Innovationsstärke und Vertriebskraft eine große Chance mit einer eleganten, hochwertigen Schinkenlinie haben.

Exquisite Schinken sind eine ideale Ergänzung zu unserer bewährten Schiene „Wiesbauer rustikal“ mit den klassisch-deftigen Schmankerln.

Die Produktinnovation 2008

Wiesbauer hat mit der Premium-Marke Wiesbauer EXQUISIT 25 erlesene Kochschinken am Markt eingeführt.

4 Neuentwicklungen als USP

(Proseccoschinken, Butterschinken, Birkenrauchschin[illegible]bsschinken)

12 Saisonschinken

(je 3 Frühlings- Sommer- Herbst- und Winterschinken)

6 Schinkenklassiker mit dem AMA-Gütesiegel

(z. B. Gourmetschinken, Meisterschinken, Beinschinken)

3 Leichtschinken unter 4 %

(Putenschinken, Toastschinken, Pressschinken)

Die wichtigsten Innovationspreise für unsere Produkte

2002 Produktchampion „Gorgonzola Schinken“
Österreichischer Innovationspreis im Sortiment Fleisch der AMA

2003 Produktchampion „Meisterschinken“
Österreichischer Innovationspreis im Sortiment Fleisch der AMA

2006 Produktchampion „Wurzelbraten“
Österreichischer Innovationspreis im Sortiment Fleisch der AMA

2008 Produktchampion „Butterschinken“ sowie „Proseccoschinken“,
Österreichischer Innovationspreis im Sortiment Fleisch der AMA
Für unseren „Proseccoschinken“ haben wir weiters von der „LK-Handelszeitung“, dem Fachmagazin „CASH“ und vom „AMA Fleischforum“ Innovationspreise erhalten.

Die wichtigsten Innovationspreise im Bereich Technik

1997 MERCUR 1997 / Innovationspreis der Wirtschaftskammer Wien für das „Gesamtkonzept der Prozessgestaltung im neuen Produktionswerk“

2000 Innovationspreis der Wirtschaftskammer Wien für die Hochleistungs-Wurstschneidelinie (Slicerei)

Investitionen

Um die notwendige Raumkonzeption für weitere Entwicklungen zu ermöglichen, investieren wir 2009 eine Summe von rund € 12 Mio. Damit wird die derzeitige Nutzfläche in der Produktion um ein Drittel auf 24.000m² ausgebaut!

So werden wir auch weiterhin dabei sein, der Botschafter von erstklassischen Fleischwarenprodukten zu sein.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!