

tert Berger Schinken auch den Bereich Fleischzerlegung und die Produktion für Groß- und Gastronomiekunden.

„Viele Küchenchefs der Systemgastronomie vertrauen auf unser handwerkliches Können und kaufen bei uns spezielle Zuschnitte“, so Rudolf Berger über den wichtigen Geschäftszweig. So werden etwa Schnitzel in bestimmten Grammaturen produziert und „maßgeschneiderte“ Fleischstücke für die Großkunden zugeschnitten.

Was im Jahr 1890 als kleine Fleischerei im Raum Tulln begann, ist heute ein großes Unternehmen mit 550 Mitarbeitern und mehr als 60 verschiedenen Schinkensorten geworden. Der Produktionsstandort in Sieghartskirchen ist mit 125 Jahren der älteste des Schinkenherstellers. Aber: der Zugang sei der gleiche geblieben, so das Unternehmen: lokale Produktion, regionale Wertschöpfung und



Gregor Slonka, Josefa Geiger, Johanna Mikl-Leitner und Rudolf Berger (v.l.).

saisonale Spezialitäten sollen die Marke noch immer auszeichnen.

#### Soziale Verantwortung

Die Standorterweiterung kommt auch der Region nicht ungelegen. Berger Schinken ist dort nämlich mit seinen 550 Arbeitsplätzen zum zweitwichtigsten Arbeitgeber in Tulln geworden. So äußern sich auch politische Vertreter,

wie die Bürgermeisterin aus Sieghartskirchen, Josefa Geiger, positiv über das Wirtschaften von Berger Schinken: Es sein ein „wichtiger Wirtschaftsfaktor“. Zudem können auch umliegende Landwirte von dem Herstellungsort profitieren: Der Bezug von Fleisch aus der Region sei für die heimischen Bauern wichtig, so Geiger, und sichere in vielen Fällen deren Einkommen. Die

Landeshauptfrau von Niederösterreich, Johanna Mikl-Leitner, empfindet die Erweiterung sogar als „Kompliment an den Wirtschaftsstandort Niederösterreich“.

#### Regionale Wertschöpfung

Berger Schinken baute die Partnerschaft mit den Landwirten in den letzten Jahren kontinuierlich aus. Gemäß dem Leitsatz „Zukunft braucht Herkunft“ werden für die Initiative „Regional-Optimal“ ausschließlich Bauern im Umkreis von 50 Kilometern rund um das Berger-Werk als Lieferanten zugelassen, und die Schweine werden mit Futter aus der Region gefüttert. Nachhaltigkeit ist oft bloß ein Schlagwort“, so der Geschäftsführer Rudolf Berger; bei ihnen sei es aber „Teil der Unternehmenskultur, denn als Schinkenmacher sind wir davon abhängig, dass unsere Produktion nachhaltig ist und Bestand hat“. (red)

# SALAMITAKTIK



UNSER SALAMI-MEISTER EMPFIEHLT:  
SCHEIBCHEN FÜR SCHEIBCHEN GENIESSEN.

www.stastnik.at

