

Bärlauch, Spargel und Co.: Der Frühling wird bei Berger traditionell mit lukullischen Leckerbissen eingeläutet. „Saisonalität und Regionalität, so lautet die Klammer für Neuprodukte aus unserem Haus. Die Konsumenten leben das Thema immer stärker und sind sehr probierfreudig. Und wir greifen das natürlich gern auf und bieten sowohl im Schinken- wie auch im Aufschnitt-Segment entsprechende Produkte an“, so Verkaufsleiterin Gaby Kritsch. Sie führt das Unternehmen gemeinsam mit ihrem Bruder Rudolf und dessen Frau Claudia in vierter Generation. Vom Mitbewerb hebt sich Berger als Vollblut-Spezialist für Schinkenprodukte ab; mittlerweile über 60 Sorten sind im Portfolio vertreten. „Dank unserer langjährigen Erfahrung können wir schnell und flexibel innovative Ideen umsetzen“, so Rudolf Berger. „Das konsequente Erfolgsrezept lautet daher auch ‚Sie wünschen, wir produzieren‘“, führt seine Schwester weiter aus.

Frühling liegt in der Luft

Heuer kommen die Frühjahrs-sorten als klassische Schinken-trilogie daher: Die Sorten Bärlauch, Rosmarin und Spargel werden sowohl an der Theke als auch im Selbstbedienungs-regal präsent sein. Der Bärlauch-schinken punktet mit frischem Geschmack und finessenreichem Aroma; zu Recht trägt er den Zusatz „Der Herzhafte“. Risotto, Kräutersalat mit Kirschen-paradeisern oder Fettuccine Alfredo sind perfekte Partner für diesen Schinken. Wo der Bärlauch mit würziger Frische überzeugt, zeigt der Spargel ein geschmacklich sanfteres Profil. „Dafür werden magere, mild gewürzte Schlögelteile mit frisch gestochenen, zarten Spit-

zen von grünem und weißem Spargel raffiniert ummantelt“, so Kritsch. Mediterranes Flair bietet der dritte im Bunde: Mit zarter Kräuternote bietet der Rosmarinschinken quasi Kurzurlaub für den Gaumen. Auch die 3er- bzw. 4er-Aufschnitt-Varianten werden saisonal ergänzt, die Frühjahrs-sorten bringen kulinarische Vielfalt in die Kombipackungen. Und weil ‚scharf‘ im Trend liegt, bringt Berger den letztjährigen Produktchampion in der Kategorie „Theke“ nun auch ins SB-Regal: Die angenehme Schärfe feuriger Chili begeistert vor allem junge Schinkenliebhaber.

Noch mehr Tierwohl

Damit der für Berger wichtigste Rohstoff Schweinefleisch auch unter optimalen Bedingungen entsteht, setzt man verstärkt auf das Tierwohl: Ergänzend zur bereits existierenden Tierwohl-Initiative BETI in Kooperation mit der Wiener Universität für Bodenkultur, bereitet man aktuell ein eigenes Tierwohl-Label vor. Ab dem Spätherbst 2018 sollen die Produkte vermarktet werden, die Auflagen toppen die gesetzlich geforderten Kriterien locker und bestehen etwa aus einem doppelt so großes Flächenangebot pro Tier, Stroheinstreu statt Vollspaltenboden sowie garantierter Möglichkeit zum Auslauf. Langfristige Verträge inklusive Abnahmegarantien wurden mit den Bauern bereits unter Dach und Fach gebracht.

Schon mit dem Vorzeigeprojekt ‚Regional Optimal‘ hat Berger seinen unternehmerischen Pioniergeist bewiesen und für das Programm u.a. nur Master akzeptiert, deren Betriebe sich in unmittelbarer Umgebung befinden: Maximal 50 Kilometer Entfernung vom Produktionsstandort Sieghartskirchen sind erlaubt – damit sind kurze

”

Die Regional Optimal-Produkte entwickeln sich großartig. Wir konnten den Absatz erneut um 13 Prozent steigern.

Rudolf Berger
Geschäftsführer
Berger

“

Transportwege für die Tiere fix. Wie sehr dieses Produktkonzept mit sich stetig erweiternder Produktränge den Geschmack der Konsumenten trifft, beweisen die Verkaufszahlen. Die kletterten permanent nach oben, im Vorjahr wurde der Erfolg nochmals getoppt: „Die Produktpalette entwickelt sich großartig. Wir konnten den Absatz erneut um 13 Prozent steigern und haben 770 Tonnen an regionalem Rohstoff verarbeitet“, so Berger. Über 40 Lieferbetriebe sind mittlerweile an Bord. Selbst beim Export ist das Unternehmen heimatverbunden: „Für uns heißt Regionalität, dass wir im Export einen gedachten Kreis von rund 900 Kilometer um unser Werk ziehen; wir müssen unsere Produkte nicht um die halbe Welt schicken“, erklärt der Chef sein Konzept selbstbewusst.



© Berger Schinken/Gabriele Moser

120.000 Packungen pro Tag

85% Umsatz in Österreich

Berger erwirtschaftete 2017 einen Gesamtumsatz von 140 Mio. €, davon werden 15% aus dem Export lukriert, der Rest kommt aus dem heimischen Verkauf. Rund 11.200 t Schinken werden jährlich im Werk in Sieghartskirchen produziert, das bedeutet eine durchschnittliche Menge von 120.000 Packungen pro Tag. Als eines der beliebtesten Produkte im Sortiment/Theke gilt der Backofen-Schinken, im SB-Regal hat der fettreduzierte Wellness-Schinken die Nase vorn. Neben dem Vertrieb via klassischem LEH und Listungen im Großhandel (z.B. Metro, Transgourmet) beliefert Berger auch die Systemgastronomie; zu den bekanntesten Kunden zählt das Schweizerhaus in Wien.