

... Von Georg Sohler

Wiesbauer lädt nicht oft zu einem großen Termin in die Laxenburger Straße im Süden Wiens ein. Wenn dann auch noch Schäringer mit dabei ist, weiß man: Hier wird etwas Neues, Großes oder Spannendes präsentiert. Neu wurde es, die Größe wird hingegen in Gramm gemessen, interessant ist das Projekt auf jeden Fall – aus mehreren Gründen.

Während man sich also an Stehtischen mit Kaffee stärkte, läutete auf einmal eine Kuhglocke, getragen von Wiesbauer-Geschäftsführer Thomas Schmiedbauer, begleitet von



© Philipp Liparski (2)

Im Bergsteigerhimmel

Thomas Schmiedbauer warf einen Blick auf seinen „Bergsteigerhimmel“ und öffnete eine am Tisch befindliche Schatztruhe. Darin enthalten waren die zwei neuen Produkte, einmal als Snackartikel mit vier Stangerl (80 g) und einmal als 250 g-Wurst. „Die Idee zur Kooperation entstand zu Beginn des Jahres“, erzählte Schmiedbauer. Zwei-, dreimal im Jahr trifft sich die junge Belegschaft zu einem Gedankenaustausch, um gemeinsam Innovationen zu entwickeln: „Da war Bergsteiger mit Käse ein allgegenwärtiges Thema.“

Das durfte natürlich nicht „irgendein“ Käse sein, sondern ein ganz besonderer. Der Bergbaron wird seit 1977 in Feldkirchen hergestellt, gilt als einer der beliebtesten österreichischen Käse und unterscheidet sich geschmacklich doch deutlich von beispielsweise Emmentaler, den es in der Käsewurst von Wiesbauer gibt und der übrigens auch von Schäringer kommt.

Bislang einzigartig

Hierbei handle es sich um „das Beste aus beiden Welten, meinte Braunshofer. Im Lebensmittelbereich ist das ein Erfolg. Wurst und Käse sind ein Jausenklassiker und die Bergsteiger mit Bergbaron bringt beides perfekt zusammen.“

Doch die beiden Marken verbindet mehr. Es ist dies, wie die im Publikum anwesende AMA-Marketing-CEO Christina Mutenthaler-Sipek, im Verlauf

Auffällig

Die Bergsteigerwurst von Wiesbauer gibt es mit Bergbaron von Schäringer – ein Novum.

des Termins aufklärte, die erste derartige Kooperation zweier Marken.

Tradition und Karomuster

Neben dem Umstand, dass beide Unternehmen schon lange am Markt sind, eint sie das Karomuster. Die Hälfte der Verpackung ist in den für Wiesbauer typischen Farben Grün und Gelb gehalten, die andere Hälfte in Hell- und Dunkelblau, wie man es von den Schäringer Käsespezialitäten gewohnt ist. Das wird auch ein Hingucker im Fleischbereich sein, ist blau doch dort nicht wirklich präsent und auf der neuen Wurstverpackung bestens ersichtlich.

„Wir könnten lange sitzen und würden viele Gemeinsamkeiten finden“, meinte Schmiedbauer und zählte auf: „Tradition, Familienbetrieb, Handwerk, Geschmack, Qualität, all das schätze ich persönlich sehr. Berglandmilch ist erfolgreich, wir auch.“ Braunshofer nickte und lieferte einen weiteren, sehr entscheidenden Grund für die Kooperation: „Es gibt in Deutschland eine Handelskette, deren Claim ist ‚Wir lieben Lebensmittel‘. Das trifft auf uns beide zu. Nur mit Leidenschaft kann man eine Marke leben und verkaufen.“

Starke Marke(n)

Beide sind Mitglieder im Markenartikelverband und das ist auch mit ein Grund, warum dieses Produkt auf den Markt kommt. „Marken sind für uns die Lebensader – ohne gibt es ein Unternehmen in der Form nicht“, führte Braunshofer aus. Das zu erwähnen und groß herauszustreichen, erscheint wichtig. Der LEH-Markt ist in Österreich überschaubar, was die Anzahl der Ansprechpartner betrifft. Und der Handel setzt darüber hinaus auch auf seine Eigenmarken, die bekanntlich ein wesentlicher Faktor sind. Darum

”

Es passt sehr gut zusammen. Man kann alles mögliche draufschreiben – wenn es nicht schmeckt, verkauft es sich auf Dauer nicht.

Josef Braunshofer

Geschäftsführer Berglandmilch

Josef Braunshofer, seines Zeichens Geschäftsführer von Berglandmilch und somit für Schäringer verantwortlich. Der „Almabtrieb“ war eher ein Umtrieb, von der Kantine ging es in den Reiferaum in der Produktion, wo die berühmten Würste optisch und olfaktorisch präsent von der Decke hingen.

Schmiedbauer und Braunshofer nahmen Platz, die Neuheit wurde enthüllt: die klassische Bergsteiger, ergänzt um Bergbaron-Käse. Der Hintergrund wurde in weiterer Folge erläutert.



“

100%

Aus Österreich

Sowohl das für die Wurst verarbeitete Fleisch als auch die gentechnikfreie Milch für den Käse stammen zu 100% von heimischen Tieren. Für die geprüfte Qualität bürgt das AMA-Gütesiegel.