

Schinkenexperte auf Wachstumskurs

Berger erwirtschaftete im vergangenen Jahr mit einem Plus von neun Prozent einen Umsatz von 120 Mio. Euro und steigerte die Absatzmenge auf 25.000 Tonnen



Die Konsumenten haben 2012 20 Millionen Mal Schinkenpackungen von Berger aus dem SB-Regal genommen“, verkündet Mag. Rudolf Berger, Geschäftsführer von Fleischwaren Berger, nicht ohne Stolz. Denn Österreichs größter Schinkenproduzent blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2012 zurück.

Der Gesamtumsatz stieg um neun Prozent auf 120 Mio. Euro an. Erfreulich für das 450 Mitarbeiter starke Unternehmen ist auch das mengenmäßige Produktionsplus von 1.000 Tonnen. Von den insgesamt 25.000 Tonnen entfallen 19.000 auf Wurst- und Schinkenspezialitäten und 6.000 Tonnen auf Frischfleisch.

Schinken boomt

Was Berger hier zugute kommt, ist die wachsende Beliebtheit der Schinkenprodukte in Österreich. Das Unternehmen mit Sitz in Sieghartskirchen hat diesen Trend erkannt und erfolgreich für sich genutzt. Dazu Vertriebschefin Mag. Gaby Kritsch: „Wir sehen allgemein einen Trend hin zu leichteren, fettärmeren Produkten – und liegen daher mit unserer Schinken-Palette, deren Fettgehalt zwischen zwei und sieben Prozent liegt, punktgenau richtig.“

Auch die Tendenz hin zu regio-nalen, nachhaltigen und authentischen Produkten können wir eindeutig bestätigen.“ Einer der Wachstumsträger des Unternehmens ist der Fokus auf „den regionalsten Schinken Österreichs“: Das Konzept dazu heißt regio-nal.optimal. Dabei wird nur Fleisch von gentechnikfrei gefütterten, heimischen Schweinen von insgesamt 35 Bauern aus der Region rund um den Traditionsbetrieb verarbeitet.

Diese Idee boomt und hat 2012 den Lebensmitteleinzelhandel erobert. „Wir setzen uns selbst eine Einschränkung: Die Schweine werden ausschließlich aus einem Umkreis von 50 Kilometern rund um das Werk bezogen.“ Durch die verkürzten Transportwege sinkt der Stress für die Tiere enorm. „Das schmeckt man ganz eindeutig“, ist Berger überzeugt. Damit fand Berger einen Mittelweg zwischen traditionellen und Bio-Produkten.

Zukunftspläne

Was das heurige Jahr betrifft, hat man sich klare Ziele gesetzt. Berger möchte seine wirtschaftliche Entwicklung und „Schinkenführerschaft“, wie es das Unternehmen nennt, weiter ausbauen. Die regional.optimal-Palette soll um zwei neue regionale Schinken sowie vier Wurstprodukte aus der Region rund um Sieghartskirchen erweitert werden. Aber auch an den Handel hat er einige Anliegen für 2013: „Ich wünsche mir, dass die Verbraucher wieder mehr Geld für Lebensmittel aufwenden. Die Preispolitik des Handels sollte hier ebenfalls mitspielen“, so Berger. Auch was das Klagen rund um die sinkenden Viehbestände in Österreich betrifft, findet er klare Worte: „Es ist nicht richtig, dass es zu wenig Schweine- und Rindfleisch aus Österreich gibt. Das behaupten lediglich jene, die sich eine Hintertür für billigere Rohstoffe aus dem Ausland offen halten möchten“, ist Rudolf Berger überzeugt. Berger ist nicht nur bei regional.optimal, sondern auch bei traditionellen Schweineprodukten ausschließlich rot-weiß-rot. „Das ist machbar, wenn auch nicht leicht“, so der Unternehmer weiter.

Eigenkontrollen

Aber auch im Haus selbst legt man hohe Maßstäbe an, die laufend überprüft werden. Produkte aus dem Hause Berger wurden im Jahr 2012 insgesamt 8.601-mal mikrobiologisch bzw.

chemisch untersucht – das entspricht 23 Untersuchungen täglich. „Wir haben 2012 mehr interne Untersuchungen durchgeführt als das führende staatliche Institut“, so Berger.

Im Vorjahr fanden auch 20 externe Audits bei Berger statt. Berger dazu: „Gerade in Zeiten zunehmender Konsumententäuschung ist es uns als Vorreiter und Marktführer im Bereich Schinken wichtig, den Konsumenten für ihr Vertrauen zu uns zu danken und frei nach dem Motto ‚Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser‘ dieses Vertrauen auch durch entsprechende laufende Überprüfungen externer Kontrollstellen zu stärken.“

(Red/Berger)

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at