

Hütthaler baut Marktanteile aus

Die neuen Feinkost-Teller, aber auch das Schinken- und Biosortiment bringen dem oberösterreichischen Traditionsunternehmen ein Umsatzplus, für 2014 sind weitere Schritte in Richtung Innovation und Qualitätsbewusstsein geplant



Das Jahr 2013 begann für Hütthaler mit der Einführung des Feinkost-Tellers unter dem Slogan „Feinkost aus Meisterhand“ als erstes Produkt der neuen GVO-freien Produktlinie am österreichischen Markt. „Wir sind über den Anklang unserer neuen Produktserie sehr zufrieden und konnten so die

Zusammenarbeit mit unseren lokalen Landwirten regional stärken“, resümiert Florian Hütthaler, Geschäftsführer des Familienbetriebes rückblickend. Die neue Produktlinie, die schrittweise im Laufe des Jahres 2013 entwickelt und eingeführt wurde, besteht aus mittlerweile fünfzehn am Markt erhältlichen Wurst- & Schinken-Produkten. Durch den Anklang der neuen Produktserie im Selbstbedienungsbereich konnten die österreichischen Marktanteile des Unternehmens erweitert werden. Ergänzend zu den österreichweit neu erhältlichen Produkten, wurde im letzten Jahr die traditionsreiche Filiale im Burgstall Vöcklabruck totalrenoviert, erweitert und zu einem Flagshipstore umgebaut.

Umsatzstarke Produkte

Neben den Feinkost-Tellern konnte Hütthaler generell mit gemischten Wurstplatten und Bio-Produkten sowie dem bestehenden Schinkensortiment den Anteil am Markt erhöhen. „Durch die Umsatzsteigerung im Hinblick auf unsere gemischten Wurstplatten, konnten wir unsere 2013 neu angeschaffte Schneidemaschine, den so genannten Slicer, gänzlich in Anspruch nehmen“, erklärt Florian Hütthaler weiter. Der hochmoderne Aufschnitt-Roboter, gekoppelt an die Reinraumtechnik, wurde durch das Umsatzplus ausgelastet. Er läuft bereits im Einschichtbetrieb auf Hochtouren, um die österreichischen Kunden kontinuierlich mit gemischten Wurstplatten zu versorgen.

Ausblick für 2014

Hütthaler plant für dieses Kalenderjahr die Produktionsfrequenz im hauseigenen Schlachthof zu erhöhen. So soll die enge Zusammenarbeit mit den regionalen Bauern gefördert und die damit verbundene Bio-Kompetenz weiterhin zu stärken. Außerdem wird es einige Produktinnovationen im Frische- bzw. Convenience-Bereich geben. Auch im Hinblick auf die

bevorstehende Grillsaison im Frühling/Sommer werden neue Produkte in diesem Bereich erhältlich sein, insbesondere im Rindfleisch-Sektor. Trotz des erfolgreichen letzten Jahres gilt weiterhin, die Verkaufsmengen zu steigern, um trotz der neu standardisierten, geringeren Verkaufseinheiten, die Produktion auch künftig auszulasten.

(Red./Hütthaler)

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at