

KMU: Erfolg dank Vertriebsmix

Wie man mit einem unverwechselbaren Sortiment an handwerklich erzeugten Produkten erfolgreich ist, zeigt das Familienunternehmen Hofmann. Der Vertriebsmix aus Fachgeschäft, Gastronomie und b2b-Verkauf an Einzelhändler macht den Unterschied.



*In Niederösterreich siegte die Fleischerei Hofmann aus Hollabrunn. ©
Beigestellt*

Handwerklich sind Österreichs KMU-Fleischer und Wurstwarenerzeuger sehr gut drauf und brauchen den Vergleich mit deutschen oder italienischen Crafted Meat-Produzenten nicht zu scheuen. Was den meisten für den Aufstieg in die Europa-Champions League noch fehlt, ist die kongeniale Markenführung. Ausnahmen wie der Neuburger oder der Handl

Tyrol Speck bestätigen die Regel. Dass man als Familienunternehmen auch ohne nationale Listungen in Supermarktketten eine glaubwürdige regionale Herkunftsmarke für Wurstspezialitäten aufbauen kann, beweist die Weinviertler Fleischhauerei Hofmann, die dieser Tage, wie die Fleischerzeitung berichtete, ihr 125 Jahre-Jubiläum feierte. Das bedeutet im Klartext: Handwerkliche Tradition und handwerkliches Knowhow werden von Generation zu Generation weitergegeben.

Garantierte Regionalität

Mit dem Begriff „Regionalität“ wird im Lebensmittel-Marketing viel Unfug getrieben. Solange man nicht die Herkunftsregion konkret benennt, ist die Auslobung als „Regionalprodukt“ Schall und Rauch. Oder kennen Sie ein Lebensmittel, das in keiner Region erzeugt wird? Beim Hofmann-Sortiment steht das Weinviertel als Herkunftsregion im Mittelpunkt der Rezepturen und der werblichen Kommunikation. Seit 2002 ist die Herkunft der „Rohstoffe“ aus dem Weinviertel Teil des „genetischen Codes“ der Marke. Eine Gruppe von Weinviertler Bauern mästet die Schweine, die Auflagen für Haltung und Fütterung sind vertraglich genau geregelt. Es wird eine Mindestmastzeit vereinbart, das Futter soll möglichst zur Gänze aus dem Weinviertel stammen. Und was hat es mit dem „Strohschwein“ für eine Bewandnis? Stroh ist als Einstreu vorgeschrieben. Die Haltung auf Stroh unterstützt das angeborene Wühlverhalten der Schweine. Rudel-Aggressivität und Gelenkverletzungen kommen kaum mehr vor.

Strohschweine haben also weniger Stress und das reduziert den Einsatz von Medikamenten auf ein Minimum. Auf kurzen Transportwegen gelangen die Schweine zu zwei kleinen Weinviertler Schlachthöfen, wo die artgerechte Schlachtung erfolgt. Die rasche Weiterverarbeitung in dem hygienisch auf höchstem Standard angesiedelten Betrieb ist damit ebenfalls gewährleistet.

Unverwechselbar

Zum typischen Weinviertler Geschmack tragen die Zutaten bei. Veltliner (DAC-Leitsorte des Weinviertels) und Zweigelt geben den beiden gleichnamigen Kochschinken-Varietäten ihre herkunftstypische Unverwechselbarkeit, besonders „weinviertelisch“ sind die Hofmann Heurigenaufstriche, wie das „Kellergeheimnis“. Soviel sei davon verraten, dass bei der Rezeptur neben dem Wein auch die Kürbiskerne und die Erdäpfel der kulinarischen Tradition des Viertels unter dem Manhartsberg Tribut zollen. Saisonspezialitäten wie die Bärlauch-Weißwürstl oder die Wild-Dauerwürste runden das Angebot ab. Apropos Wild: Sehr erfolgreich „wildert“ die Fleischhauerei Hofmann gelegentlich auch in fremden Regionalitätsrevieren: Die Käsekraier ist zwar keine Weinviertel-Spezialität, aber über die Auszeichnung „Beste Käsekraier Österreichs“, verliehen von einer Fachzeitschrift, hat man sich in Hollabrunn schon sehr gefreut, nicht zuletzt deshalb, weil die Jury bei der Verkostung die großen Mitbewerber Radatz und Wiesbauer auf die Ränge zwei und drei verwies.

Gastronomie-Geschäft

Das Gastronomie-Geschäft spielt im Hollabrunner Stammgeschäft und in den vier Filialen in Retz, Mistelbach, Stockerau und Korneuburg eine bedeutende Rolle und das in mehrfacher Hinsicht. Als Umsatz- und Frequenzbringer, als Stammkunden-Service, als ergänzender Wertschöpfungsfaktor neben dem Frischfleisch und der Wurst-Produktion, vor allem aber als kulinarische Visitenkarte gegenüber den Kunden. Hofmanns Imbissstuben und -theken interpretieren die typisch österreichische Tradition von „Gasthof und Fleischhauerei“ auf zeitgemäße Weise. Zwei Tagesmenüs, mit Schwerpunkt auf heimischer Hausmannskost, zu sehr moderaten Preisen angeboten, stellen eine attraktive Alternative zu den Angeboten der Fastfood-Ketten dar. Sofortverzehr und Essen zum Mitnehmen werden an den Frequenz-Standorten in den Stadtzentren von einer breiten Zielgruppe (Berufstätige,

Schüler, Singles, Pensionisten) gleicherweise stark nachgefragt.

Listungen im LEH

Ein Regionalchampion des Fleischergeschäfts muss heutzutage im Vertrieb viele Register ziehen. Kern ist der Verkauf der Eigenproduktion „aus der Region für die Region“ in den eigenen fünf Fachgeschäften. Die Belieferung namhafter Regional Player im Lebensmittel-Einzelhandel ist für die Fleischhauerei Hofmann ein wichtiges zusätzliches Standbein. Österreichs umsatzstärkster Spar Einzelhändler, die Firma Unfried im Bezirk Korneuburg mit ihrem Eurospar -Verbrauchermarkt und drei Supermarkt-Filialen bereichert ihr Standardsortiment mit einer recht ansehnlichen Palette an Hofmanns Weinviertler Spezialitäten. Marketingtechnisch kann man da von einer Vertriebsallianz mittelständischer Unternehmen mit hohem win/win-Potential sprechen. Weil aber mittlerweile alle großen Handelsketten die hohe Attraktivität echter Regionalspezialitäten zu schätzen wissen, erreichte die Marke Hofmann in den letzten Jahren im gesamten Weinviertel eine hohe Distribution und damit eine hohe Bekanntheit. Gute Voraussetzungen für den Start in die nächsten 125 Jahre und für die junge Generation, die das Geschäft mit viel Ambition angeht.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at