

Vulcano Schinkenmanufaktur: Neue Generation und strategische Ausrichtung

Die Vulcano Schinkenmanufaktur stellt sich neu auf: Mit frischem Wind der nächsten Generation und einem Fokus auf Endkunden wird die Zukunft der handwerklichen Schinkenproduktion gesichert.



Bild: Vulcano

Die **Vulcano Schinkenmanufaktur** blickt stolz auf 20 Jahre Spitzenqualität und handwerkliche Tradition. Anlässlich des „Erntedank“-Festes markierte Franz Habel, Inhaber und treibende Kraft hinter dem Familienunternehmen, einen Wendepunkt. Neben der Würdigung der bisherigen Erfolge kündigte er eine neue Ausrichtung an: Die Stärkung des Endkundengeschäfts und eine engere Kundenbindung, unterstützt durch die nächste Generation - seine Tochter Laura

Habel. Das unabhängige Unternehmen reagiert damit auf die wachsende Nachfrage nach regionalen, nachhaltig produzierten Produkten.

Die nächste Generation tritt an: Laura Habel als neue Gesellschafterin

Franz Habel bleibt die tragende Säule der **Manufaktur** und bringt mit Tochter Laura, die als neue Gesellschafterin in das Unternehmen eintritt, frischen Wind ins Unternehmen. Mit ihrem Marketing-Know-how wird Laura maßgeblich dazu beitragen, die Kundenbindung zu vertiefen und die Marke Vulcano auf ein neues Niveau zu heben. Unterstützt wird sie von Katharina Habel, die die Online-Präsenz von Vulcano weiter ausbauen wird. Ziel der Neuausrichtung ist es, Kunden nicht nur durch die Qualität der Produkte, sondern auch durch Erlebnisse und Transparenz zu begeistern.

Erlebniswelt für Kunden: Verkostungen und exklusive Einblicke

Die Schinkenmanufaktur in Auersbach setzt auf ein intensives Kundenerlebnis und bietet künftig mehr Verkostungen, Führungen und Events an. Besucher können hautnah erleben, wie der Schinken hergestellt wird und erhalten Einblicke in die traditionelle Handwerkskunst. Eine zusätzliche Attraktion ist die „**Schweineerlebniswelt**“ im Innenhof, die faszinierende Einblicke in die Tierhaltung und Landwirtschaft bietet. Ein weiteres Highlight: Ein eigens kreierte Erntedank-Paket, das exklusive Schinken-Raritäten beinhaltet.

Digital und regional vernetzt: Einblicke in die Landwirtschaft

Franz Habel bringt sein Wissen und seine Leidenschaft für die Landwirtschaft auf eine neue, digitale Plattform. Hier können

Interessierte mehr über die nachhaltige Bewirtschaftung und die Bedeutung der Zutatenherkunft erfahren. Diese Plattform dient auch dazu, die Verbundenheit zur Region und die Werte der Vulcano Schinkenmanufaktur zu vermitteln.

Online-Shop als strategische Wachstumsquelle

Parallel zur Erlebniswelt vor Ort erweitert Vulcano seinen erfolgreichen Online-Shop, um neue Kundensegmente in Österreich und international, etwa in Asien, zu erschließen. Neben exklusiven Angeboten wird auch der Vor-Ort-Kunde durch den Online-Shop eine zusätzliche Möglichkeit zum Einkauf erhalten. Ziel ist es, eine nahtlose Verbindung zwischen Erlebniswelt und digitalem Vertrieb zu schaffen.

Partnerschaften im Handel bleiben zentral

Trotz der stärkeren Fokussierung auf das Endkundengeschäft bleibt Vulcano ein verlässlicher Partner im Lebensmitteleinzelhandel und der Gastronomie. Langfristige, stabile Handelsbeziehungen gewährleisten, dass die Premiumprodukte weiterhin einem breiten Publikum zugänglich sind.

Vulcano Schinkenmanufaktur - Tradition trifft Innovation

Die Vulcano Schinkenmanufaktur steht seit über 20 Jahren für höchste Qualität und Nachhaltigkeit. Gegründet im Jahr 2000, hat sich die Manufaktur mit traditionellen Handwerkstechniken und modernen Produktionsmethoden einen Namen gemacht. Die Besucherzahlen in der Schinkenmanufaktur und der Vulcanotheke Wien zeugen von der Anziehungskraft und Beliebtheit der Marke, die durch die Neuausrichtung weiter gestärkt wird.

Eine Marke im Wandel

Mit der Übergabe an die nächste Generation und der strategischen Neuausrichtung richtet sich die Vulcano Schinkenmanufaktur zukunftsorientiert aus. Die Kombination aus regionaler Verwurzelung, digitalem Engagement und einem verstärkten Fokus auf die Kundennähe ermöglicht es Vulcano, seine Erfolgsgeschichte fortzuschreiben und als authentische Marke weiter zu wachsen.

Fact Box: Vulcano Schinkenmanufaktur

- **MitarbeiterInnen:** 30
- **BesucherInnen Schinkenmanufaktur Auersbach:** mehr als 45.000 pro Jahr
- **BesucherInnen Vulcanotheke Wien:** mehr als 5.000 pro Jahr
- **EinkäuferInnen Online-Shop:** mehr als 35.000 pro Jahr
- **Ältester Schinken:** 111 Monate
- **Schwerster Schinken:** 13 kg
- **Teuerster Schinken:** 133 €/kg (8 Jahre alt)

Meilensteine der Unternehmensgeschichte

- **2000:** Gründung durch Franz Habel, Herbert Ehrenhöfer, Markus Fuchs und Hannes Stocker
- **2005:** Ausbau des Betriebes mit neuer Reifetechnik

- **2012:** Eröffnung Schinkenerlebniswelt
- **2024:** Übernahme der Marke zu 100% in den Familienbesitz



Bild: Vulcano



Bild: Vulcano

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at