

Trünkel startet neu durch

112 Jahre nach der Gründung startet Trünkel, der Fleisch- und Wurstwarenspezialist aus Wien, mit der Michael Trünkel GesmbH neu durch, mit wesentlichen Neuerungen: Die Produktion wurde ausgelagert, das Filialgeschäft geschlossen und das Sortiment auf Kernkompetenzen zurückgeschraubt.



„Wir fangen mit neuen Vorzeichen an und haben so wenig wie möglich aber so viel wie nötig verändert“, so Michael Trünkel bei der Vorstellung der neuen Unternehmensstruktur. So werden ab sofort 60 Prozent des Trünkel-Sortiments (Frischfleisch, Wurst,

Pasteten, Schinken, Aufstriche, Käse und Salat) von Berger Schinken hergestellt, der gerade sechs Millionen Euro in neue Anlagen investiert hat. „Wie etwa im Getränkebereich schon längst üblich, gehen wir den Weg der Auftragsproduktion. Die Rohstoffe und die Rezepte stammen von uns, die Produktion übernehmen aber externe Partner“, erklärt Trünkel.

Produktion übernehmen andere Fleischer

Die Qualität der Trünkel Produkte soll dadurch steigen, da einzelne Produzenten mit technisch viel ausgereifteren Anlagen arbeiten als Trünkel selbst es je könnte. Nicht zuletzt das benötigte Investment in Millionenhöhe in die 25-Jahre alten Betriebsanlagen war mit ein Grund der Schließung des Vorgängerunternehmens. Bei Berger Schinken werden Würstel, Selchfleisch, Schinkenprodukte, Streichwurst und Pasteten in Auftrag gegeben, das restliche Sortiment wird von anderen Fleischern produziert. „Wir schaffen damit eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten. Wir haben bewusst Partner mit anderen Sortimentsschwerpunkten ausgewählt, so machen wir uns nicht gegenseitig Konkurrenz. Jeder Produzent ist dankbar für das zusätzliche Auftragsvolumen und die Auslastung, die mit der Kooperation mit uns einhergeht.“

Ziel: 5 Mio. Euro Umsatz im ersten Jahr

Gestartet hat Trünkel neu per Anfang April, bis Ende 2017 will das Unternehmen fünf Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet haben. In Folge soll der Umsatz auf jährlich 7,5 Millionen Euro anwachsen, davon rund 15 Prozent aus dem Lebensmitteleinzelhandel, der Rest soll aus der Gastronomie bzw. dem Export kommen. „Gastronomie-Betriebe mit bodenständiger Küche, Bierlokale, Heurige, die so genannten Beisl'n – das sind unsere Kernkunden, auf die wir uns konzentrieren möchten. Für die haben wir das perfekte Sortiment“, so Trünkel.

Start mit über 500 Gastronomiekunden

Prominente Gastronomie-Betriebe wie das Fischerbräu, das Napoleon in Wien Kagran, Heu-rigenbetriebe wie Huber und Wolf in Neustift, renommierte Kaffeehäuser wie das Cafe Hummel und das Cafe Weimar sowie der Donauturm, das Riesenrad oder der Eisvogel im Prater setzten und setzen auf Trünkel-Qualität. „Da weiß man, was man hat“, so Christina Hummel vom gleichnamigen Cafe. Zum Start verweist Michael Trünkel auf über 500 Kunden.

Ziel in den kommenden Jahren sei es aber, auch die gehobene Gastronomie vermehrt anzusprechen. Der Vertrieb erfolgt weiterhin direkt über sogenannte Fahrverkäufer, die die Ware ausliefern und die Kunden auch beraten. „Hier punkten wir. Unsere Mitarbeiter kennen und betreuen ihre Kunden teilweise seit 30 Jahren. Das schätzen die Unternehmen sehr. Zukünftig wollen wir auch das Service-Angebot für Kunden weiter ausbauen.“ Dazu zählen Leistungen wie Panieren, Schnitzelplättchen aber auch auf Gramm genaue „Maßschnitte“ – und zwar von Hand.

Ausbau von Geflügel und Feinkost

Geographischer Schwerpunkt des Gastronomie-Vertriebs ist der Osten Österreichs mit Wien, Niederösterreich und dem Burgenland, unter anderem auch wegen der Nähe zum neuen Firmenstandort im 23. Wiener Gemeindebezirk, wo die Service-Leistungen erbracht werden. „Das gibt uns den Vorteil, direkt am Kunden zu sein, mit ihm besser kommunizieren und binnen kürzester Zeit liefern zu können“, weiß Trünkel aus der Erfahrung der letzten Jahre. Neben der Kompetenz im Wurst- und Fleischbereich soll in den nächsten Jahren auch das Thema Geflügel und Feinkost für die Gastronomie stärker ausgebaut werden. „Auch Fisch wird kein Tabuthema für uns bleiben“, denkt der Geschäftsführer über den Tellerrand hinaus. Neben Qualität und Service wird auch der Preis weiterhin im Fokus stehen: „Bei dem starken Wettbewerbsdruck müssen unsere Kunden günstig einkaufen. Wir werden daher immer wieder Aktionen anbieten, um sie hier zu unterstützen.“

Listungen im Groß- und Einzelhandel

Zusätzlich zur direkten Belieferung der Gastronomie werden auch Listungen im Großhandel angestrebt, Gespräche laufen bereits. Ein weiteres wesentliches Standbein ist die Belieferung von Tankstellen – vorrangig BP – die Trünkel mit Fleischprodukten, aber auch so genannten „Randsortimenten“ wie etwa Salat für Sandwiches versorgt. Dabei übernimmt das Unternehmen die Rolle des Gastro-Großhändlers. „Es waren die Tankstellenpächter von BP, die wesentlich an der Wiedereröffnung von Trünkel beteiligt waren. Deren ausdrücklicher Wunsch war es, von uns weiterhin frisch und verlässlich beliefert zu werden“, so Michael Trünkel stolz. Bestimmte Produkte, wie etwa Würstel oder Pasteten, werden auch im Lebensmitteleinzelhandel gelistet sein, etwa bei Merkur, Billa, Adeg und Spar Gourmet. Das Ganze aber unter dem Stichwort „Sortimentsbereinigung“, sprich Konzentration auf einige wenige Produkte. Nicht mehr geben wird es die eigenen Filialen, die laut dem Geschäftsführer Großteils defizitär waren.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at