

Feinkost-Spezialist Karl Schirnhofner expandiert kräftig. Und er setzt nicht nur auf Fleisch und Wurst, sondern neuerdings auch auf Humus

Ein steirischer Metzger mit Stil geht einen ökologischen Weg

17 Mio. € fließen in das neu eröffnete Werk in Kaindorf; dort können jährlich 25.000 Tonnen Fleisch produziert werden.

ANNA NEUBAUER

Kaindorf. „Meinem Marketingleiter dreht es jedes Mal den Magen um, wenn ich dieses Bild auflege“, sagt Karl Schirnhofner. Er blickt ins Publikum, grinst und wartet auf Reaktionen. Tatsächlich geht ein leichtes Seufzen durch den Raum. Am Foto sind nämlich keine Würste, Schnitzerl oder sonstwas, sondern verwahrloste Grabsteine. „Wir alle haben ein Ablaufdatum, unsere Zeit ist begrenzt“, sagt er dann.

„Dass es nicht gelungen ist, Zielpunkt zu kaufen, stört heute wenig. Seitdem habe ich mehr Einblick in die Branche.“

KARL SCHIRNHOFNER

Schirnhofner will damit nicht vor dem exzessiven Fleisch-Völlern warnen – er hat eine höhere Mission: Ihm ist bewusst, dass die Erzeugung von Fleisch nicht unbedingt klimafreundlich ist – also engagiert er sich für Nachhaltigkeit.

Nachhaltiges Agieren gefragt

Spruch: Der Mann will die Klimakatastrophe einbremsen, indem er Humus forciert, um Kohlendioxid zu binden. Wie ernst es ihm ist, zeigen die Fakten: Er hat viel Geld in die Hand genommen, die Forschung gesponsert und sogar ein Kamerateam rund um den Globus geschickt. Jetzt gibt es einen Film – und den Wunsch, die Theorie in

die Praxis umzusetzen: Sein Betrieb soll Ende 2010 bereits CO₂-neutral wirtschaften.

17 Millionen Euro investiert

Ganz nebenbei erwähnt der steirische Feinkost-Spezialist schließlich fast schon bescheiden den eigentlichen Grund des Stelldicheins: Er investierte 17 Mio. € in eine neue Anlage. Nun kann der Betrieb in Summe auf knapp 25.000 m² 25.000 t Fleisch und Wurst pro Jahr erzeugen – und 80 Mitarbeiter aufnehmen. Ebenso neu ist eine „Gläserne Produktion“, die die gesamte Nahrungsmittelkette abbildet und die Fleischherstellung für Besucher öffnet. „Mit dem Blick durch die Glasscheibe sehen Außenstehende endlich, wie viele Handgriffe bei der Fleischveredelung nach wie vor getan werden müssen“, sagt er. Überhaupt vermittelt die neu gebaute Firma weniger das Flair einer Großfabrik, als eines sehr persönlichen Unternehmens.

Selbst das Fleischbetrieb-Gebäude wirkt mit seiner gelben Farbe und dem roten Dach eher wie ein Wohnhaus als eine Fabrik. Beim Eingang steht ein alter VW-Bus mit der Aufschrift „Schweine-Express“. In ihm ist schon der kleine Karl Schirnhofner gesessen.

Vom Metzger zur Instanz

„Der unglaubliche Erfolg des Betriebs muss am Stil dieser Familie liegen“, sagt auch der steirische Landeshauptmann Franz Voves. Es sei beeindruckend, welche Biografie Schirnhofner hingelegt habe: Mit 31 Jahren übernahm er nach dem Tod seines Vaters den Betrieb, in den kommenden Jahren trickste er den Strukturwandel der Branche gehörig aus. Denn während seine Fleischhacker-Kollegen zusehends ihre Geschäfte schlos-



Jede Menge Prominenz bei der Eröffnung der neuen Produktionsanlage, v.li.: Reinhold Lopatka, LR Christian Buchmann, Landeshauptmann Franz Voves, GF Karl Schirnhofner, LR Johann Seitinger, LR Manfred Wegscheider und GF Christian Laschet.

sen, stellte Schirnhofner immer größere Würste her, mehr noch: Er etablierte sich in vorderster Reihe der österreichischen Fleischproduzenten.

Im Jahr 2008 beteiligte sich Schirnhofner an zwei österreichischen Fleischindustriebetrieben und übernahm einen weiteren. Nun fungieren die Aibler Fleisch und Wurstwaren GmbH, W. Blasko Convenience Fertiggerichte GmbH sowie die Weiss Fleischveredelungs GmbH unter dem Schirnhofner-Dach.

Sortiment mit 800 Produkten

Insgesamt stellen 1.900 Mitarbeiter ein Sortiment von 800 Fleisch- und Feinkostprodukten her. Schirnhofner beliefert mittlerweile die Gastronomie, Groß-

küchen, den Großhandel und private Kaufleute. Neben dem konventionellen Sortiment verdient Schirnhofner auch mit Bio bzw. mit regionalen Spezialitäten wie dem Sulmtaler Huhn oder auch dem Polarsaibling gutes Geld.

Insbesondere der konventionelle Lebensmittelhandel spült ihm Geld in die Kasse: Seine Produkte gibt es bei Merkur und Spar – und selbst die Diskonter, sprich Hofer und Zielpunkt, machen Platz für Schirnhofner frei; insbesondere bei Zielpunkt haben sie eine außergewöhnliche Präsentationsform, nämlich einen Shop in Shop-Bereich.

Und: Vor zwei Jahren wollte Schirnhofner sogar Zielpunkt kaufen. Geworden ist es nichts, das stört ihn aber nicht, sagt er. Denn: „Seit der Geschichte habe ich mehr Einblick in die Branche.“

FACTS

Gründung 1926
Mitarbeiter 1900
Umsatz 190 Mio. €
Eigene Filialen 220
Sortiment 800 Fleisch- und Wurstwaren
Holding Die Holding besteht seit 2008. Der Schirnhofner-Gruppe gehören an:
Aibler Fleisch- und Wurstwaren
W. Blasko Convenience Fertiggerichte
Weiss Fleischveredelung

Top 3 Fleischproduzenten:

1. Schirnhofner
2. Radatz/Vivatis
3. Wiesbauer

Schirnhofner persönlich: Wie viel Fleisch essen Sie am Tag? „Tagsüber gar nichts. Am Abend dann Schinken mit Käse. Und ab und zu gönne ich mir ein Almo-Steak.“

Hochkarätiger Sponsoring Day in Wien

ESB – Europäische Sponsoring-Börse stillt Wissens- und Kontaktdurst zum Thema Sponsoring.

Wien. Sponsoring und Event-Marketing sind in den letzten Jahren zu einer hochinteressanten Alternative zur klassischen Werbung avanciert. Als unabhängige Beratungsstelle im Bereich Sponsoring & Event-Marketing ist die ESB Europäische Sponsoring-Börse seit 1993 erfolgreich tätig – und am 9. Oktober 2009 auch in Wien aktiv, denn im Rahmen der Medientage findet der „1. Sponsoring Day“ statt.

Sponsoring Day mit Justizministerin und Sportminister

Themen des Jahres spielen auch in den Premieren-Event hinein. Wie sich die Wirtschaftskrise und das Antikorruptionsgesetz auf das Sponsoring auswirken, wird die Bundesministerin für Justiz, Claudia Bandion-Ortner, ausführen. Sportminister Norbert Darabos



Beim Sponsoring Day im Rahmen der Medientage am Wort: Hans-Willy Brockes (ESB Europäische Sponsoring-Börse), Hannes Jagerhofer (acts).

thematisiert Österreich als Land der Sportgroßanlässe, wie dieses Jahr die Handball-, Volleyball- und Ski-Meisterschaften.

Das Programm des Sponsoring Day liest sich wie das Who-is-who



von Wirtschaft und Sport. So werden unter anderem Hannes Jagerhofer (acts), Peter Schröcksnadel (ÖSV), Hans-Willy Brockes (ESB Europäische Sponsoring-Börse), Stefan Streit (bwin), Rainer Herr-

mann (Iglu), Paul Schauer (Österr. Schwimmverband), Elisabeth Mattes (mobilkom), Hans Peter Trost (ORF) u.v.m. referieren.

ESB Academy – Weiterbildungseinheit der Europäischen Sponsoring-Börse

Wer sich mit Praxis und Fachwissen im Bereich Event-Marketing und/oder Sponsoring spezialisieren möchte – Weiterentwicklung inklusive –, zusätzliche Qualifikationen erwerben und dadurch die beruflichen Perspektiven verbessern möchte, ist bei der ESB Academy richtig, heißt es seitens der Veranstalter.

Die Qualifizierung von Profis am Sponsoring- und Event-Markt wird durch Lehrgänge und Tagesseminare der ESB Academy konkret, u.a. mit den berufsbegleitenden Lehrgängen zu den Themen „Diplom

Event-ManagerIn“ (Restplätze für den Studienbeginn 10./11. Oktober 2009 können noch besetzt werden) oder „Sponsoring-Management“.

Studien, Publikationen und das Sponsoring-Bewertungsinstrument „Sponsor-Meter“ runden das Know-how-Angebot der ESB ab.

Weitere Termine der ESB Academy Österreich finden Sie auch online unter www.esb-academy.at

SPONSORING DAY

Termin: 9. Oktober 2009 in Wien

Lehrgang „Diplom Event-ManagerIn“
 Beginn: 10./11. Oktober 2009 in Wien (Restplätze!)

Die Bewertung und Wertsteigerung von Sponsoring-Paketen
 Termin: 1. Dezember 2009 in Wien

