



# Butterbrot

Die Zeitschrift  
für Brotgenießer

Nr. 10



## Sommerliches Grillvergnügen

SEITE 3  
BACKSTUBE TRIFFT AUF  
FREILUFTKÜCHE  
.....

SEITE 7  
ALLZEIT BEREIT:  
DAS VORRATSKÖRBERL  
.....

SEITE 16  
BALLON-HÖHENFLÜGE  
ZU GEWINNEN!  
.....

# Editorial



## HALLO AUS PETZENKIRCHEN!

Ich kann mich noch gut an die Spannung erinnern, mit der wir die Reaktionen auf die erste Ausgabe unseres neuen Magazins erwartet haben. Das war 2019 – und das „Butterbrot“ ein Experiment auf allen Ebenen.

Bis dato hatten wir uns mit jeweils sehr spezifischen Inhalten an Partnerbetriebe und Interessierte aus dem Lebensmitteleinzelhandel bzw. aus der Gastronomie gewandt und private Genussmenschen auf vielfältige andere Weise angesprochen. Das HAUBIS „Butterbrot“ sollte nun alle Interessen in einem Medium vereinen. Es sollte darüber erzählen, wer wir sind, wofür wir stehen, was uns ausmacht und was uns antreibt.

Wir hätten dafür ein reines Werbemittel schaffen können. Ein Marketing-Tool, wie man so schön sagt, das sich an der Oberfläche bewegt. Stattdessen haben wir uns für den Tiefgang entschieden: mit einem klugen Themenmix, gut gemachten Geschichten, erstklassigen Fotos und einer feinen Gestaltung. Das klingt aufwendig und ist es auch.

Umso zurückhaltender haben wir unser Magazin benannt. Nach einem kulinarischen Klassiker, der einfach erscheint und seine Komplexität erst im Detail durch die verwendeten Zutaten zeigt. Auch unser Butterbrot ist ehrlich, gerade heraus und, wie wir hoffen, von Grund auf sympathisch. Es ist da, um Freu(n)de zu machen – mittlerweile zum zehnten Mal. Und die Rückmeldungen unserer Leserinnen und Leser lassen hoffen, dass wir unser Experiment tatsächlich als gelungen betrachten können.

Damit dies so bleibt, hier meine Einladung an Sie: Wenn es ein HAUBIS Thema gibt, auf das Sie besonders neugierig sind, lassen Sie es uns wissen. Schreiben Sie an [butterbrot@haubis.com](mailto:butterbrot@haubis.com), unser Redaktionsteam lässt sich gerne inspirieren.

*Anton Haubenberger*

Ihr Anton Haubenberger

## Inhalt

### Herausgeber und Verleger

Haubis GmbH  
Kaiserstraße 8 / A-3252 Petzenkirchen  
t +43 (0) 7416 / 503-0  
f +43 (0) 7416 / 503-30  
office@haubis.at • www.haubis.at

Für Satz- und Druckfehler wird keine Haftung übernommen. Änderungen vorbehalten.

**Konzept:** Melanie Laibl und Matthias Kronfuß  
**Text:** Melanie Laibl und Ursel Nenzig  
**Layout und Gestaltung:** Matthias Kronfuß  
**Fotos:** Haubis, Sonja Priller, Stefan Knittel, Berglandmilch, NÖM, Josef Herbeck, Der gute Fang  
**Lektorat:** ASI GmbH  
**Produktion:** Gugler GmbH im nachhaltigen Cradle-to-Cradle-Verfahren



### 8 AUF EINER LINIE ...

... hat sich das Team hinter dem HAUBIS „Butterbrot“ zum inzwischen zehnten Mal eingefunden, um von dort in Richtung Themenvielfalt zu gehen.



### 11 AUF SCHNELLSTEM WEGE ...

... gelangt die erstklassige Frischmilch aus Österreich zu unseren Molkereipartnern, und das Tag für Tag. Wir waren der Qualität auf der Spur.



### 14 AUF STEILEN PFADEN ...

... kann man rund um den „Schütterhof“ in Schladming wandern. Um sich anschließend mit bodenständigem Luxus verwöhnen zu lassen.



### 18 AUF NEUEM TERRAIN ...

... wandelt Anton Haubenberger bei seiner Zusammenarbeit mit einem Ybbser Fine-Dining-Lokal: „Der gute Fang“ und HAUBIS laden an den Donaulido.



## Wennschon, dennschon

Grillen ist mehr als Kochen unter freiem Himmel. Es ist ein Lebensgefühl, das den Sommer hochleben lässt. Am liebsten gemeinsam mit Menschen, die uns guttun. Und mit Gaumenfreuden, die das Wort „Grillgut“ neu definieren.

**W**as wer auf den Rost legt, ist ebenso Geschmacks- wie Glaubenssache. Je vielfältiger der Kreis der eingeladenen Genießer, desto breiter – und höher – die Ansprüche. Für uns als Brotverliebte gilt ganz klar: Ofenfrisches gehört zum Grillen wie die Kohle (alternativ: das Holz, das Gas, der Strom). Und es darf sehr gerne über seine traditionelle Rolle als „Grillbegleiter“ im Körberl hinauswachsen und in die erste Reihe aufrücken. Dorthin, wo die Meisterinnen und Meister am Werk sind. Dorthin, wo es im wahrsten Sinne des Wortes heiß hergeht. Entsprechend haben wir experimentiert – dieses Mal kenntnisreich unterstützt vom „Butterbrot“ Food-Stylisten Simon Jacko (www.happyplates.com).

Er hat aus unserem HAUBIS LAUGENKNOPF, der HAUBIS CIABATTA und dem HAUBIS FLAMMKUCHEN raffinierte Gerichte gezaubert, die jede noch so anspruchsvolle Runde begeistern.

Die knusprige Basis dafür halten wir in unseren HAUBIS Filialen bereit, und das durchaus auch in attraktiven Mengen für Grillbegeisterte mit großen Plänen – siehe auch unseren Beitrag zum HAUBIS Vorratskörberl auf Seite 7. Natürlich lässt sich jede der drei Grundideen genauso mit anderen Brot- und Gebäckspezialitäten von HAUBIS verwirklichen. Sowohl unser veganes als auch unser glutenfreies Angebot ist ganz im Sinne der oben genannten Vielfalt gedacht und gemacht.



## DIE CIABATTA „TRICOLORE“:

*Gegrillte Tagliata, Rucola, Kirschtomaten, Grana*

### ZUTATEN FÜR 1 PORTION

- 1 HAUBIS KNOBLAUCH CIABATTA oder KRÄUTER CIABATTA
- 100 g Beiried
- 30 g Rucola
- 2–3 Stück Cherrytomaten
- Parmesan (Grana Padano)
- Natives Olivenöl
- Zitrone
- Salz & Pfeffer

### ZUBEREITUNG

Als erstes das Beiried von beiden Seiten in etwas Öl für jeweils 2 Minuten scharf anbraten. Salzen, pfeffern und in Alufolie bis zur weiteren Verwendung ruhen lassen. Die HAUBIS CIABATTA laut Programm im Ofen backen bzw. die ofenfrisch gekaufte Ciabatta bereitlegen. Nun den Rucola waschen und die Tomaten vierteln. Mit Olivenöl, frischer Zitrone, Salz und Pfeffer ein Dressing anrühren und den Salat marinieren. Zuletzt das Beiried mit einem scharfen Messer quer in dünne Streifen und die Ciabatta der Länge nach durchschneiden. Die Ciabattahälfte mit dem Rucola-Tomatensalat und den Beiriedstreifen anrichten. Parmesan fein darüberhebeln, nach Bedarf salzen und pfeffern.

## DER FLAMMKUCHEN MIT CHIC:

*Ziegenkäse und Chilihonig*

### ZUTATEN FÜR 1 PORTION

- 1 HAUBIS TARTE FLAMBÉE Boden mit Masse
- 100 g Ziegenkäserolle
- 5 g frischer Thymian
- 1 rote Zwiebel
- 1 Chilischote
- 4 EL Honig

### ZUBEREITUNG

Zunächst die Zwiebel schälen, halbieren und in feine Ringe schneiden. Die Ziegenkäserolle in Scheiben schneiden. Nun die Chilischote sehr fein hacken und mit dem Honig und den Thymianblättern verrühren. Den Tarte Flambée Boden mit Masse aus der Packung nehmen und mit den Zwiebeln und dem Ziegenkäse belegen. Den Flammkuchen nach Anleitung backen, bis der Teigrand und der Ziegenkäse Farbe annehmen (Programm „Flammkuchen“ bzw. 8–10 Minuten bei 220 °C). Den ofenwarmen Flammkuchen mit dem Chili-Thymian-Honig garnieren.



Ob mit oder ohne Fleisch – am Grill ist neben Können vor allem eines gefragt: Ideenreichtum!



## DIE EXTRA SPANNENDE LAUGENBRIOCHE:

gegrillte Salatherzen, Kräuterseitlinge und Miso-Mayo

### ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN

- 1 HAUBIS LAUGENBRIOCHEKNOPF
- 100 g Kräuterseitlinge oder Austernpilze
- 1 Salatherz
- 50 g Mayonnaise
- 10 g Mispaste
- 1 Knoblauchzehe
- 1 Stück Jungzwiebel
- 2 EL Sojasauce
- 2 EL Sesamol
- Salz & frisch gemahlener Pfeffer
- Chiliflocken (nach Belieben)

### ZUBEREITUNG

Den Laugenbriocheknopf zeitgerecht aus der Tiefkühlung nehmen und auftauen lassen. Für die Füllung zunächst die Mayonnaise mit der Mispaste vermengen. Das Salatherz waschen und der Länge nach halbieren. Die Schnittseite mit Öl bepinseln und auf dem Grill ca. 2 Minuten von beiden Seiten anrösten und beiseitestellen. Nun die Kräuterseitlinge der Länge nach zupfen und in der Pfanne mit einer angedrückten Knoblauchzehe und Sesamol anbraten. Mit Sojasauce ablöschen und in Ringe geschnittene Jungzwiebel und Pfeffer hinzufügen. Den genussfertigen Briocheknopf halbieren und die Schnittseiten auf dem Grill mit etwas Butter anrösten. Den „Laugen-Burger-Bun“ mit den Salatherzhälften, den Kräuterseitlingen und der Miso-Mayo anrichten. Nach Belieben mit Salz & Pfeffer und Chiliflocken vollenden.

# Allzeit bereit: unser „Vorratskörperl“

Von guten Sachen hat man gerne ein bisschen mehr zu Hause. Speziell über die Feiertage, oder wenn sich überraschend Gäste ansagen. Aus dieser Überlegung heraus haben wir uns das Haubis „Vorratskörperl“ einfallen lassen.

Das HAUBIS „Vorratskörperl“ denkt unser beliebtes „Verwöhnkörperl“ noch ein Stück weiter und deutlich größer: Auf Wunsch und entsprechende Vorbestellung füllt es den Tiefkühlschrank mit einer feinen Bandbreite an HAUBIS Gebäck, Jour-Bio-Gebäck und Spezialitäten wie dem HAMBURGER LAIBCHEN, KNOBLAUCHSTANGERL und BOSNA-WECKERL. Aber auch Pizzen, Baguettes und Flammkuchenböden sind in familien- und freunde-kreistauglichen Stückzahlen erhältlich – jeweils verbunden mit einem besonders attraktiven Preis. Die Produkte sind jeweils vorgebacken, brauchen zu Hause also nur noch im Backofen vollendet werden. Das macht sie perfekt für den schnellen Einsatz, auch bei Partys und Festlichkeiten aller Art.

Bestellt werden kann das HAUBIS „Vorratskörperl“ in allen HAUBIS Filialen, entweder vor Ort oder telefonisch. Im HAUBIVERSUM, unserer Filiale im Löwenpark Melk und bei HAUBIS in Traun funktioniert die Bestellung auch über die HAUBIS App. Damit die „Vorratskörperl“-Wünsche zeitgerecht erfüllt werden können, sollte bis spätestens zwei Tage vor dem gewünschten Abholtermin geordert werden.

Eine Übersicht über das jeweils aktuelle Angebot findet sich auf [haubis.com/de/vorratskoerberl](https://haubis.com/de/vorratskoerberl) sowie in einem speziellen Folder, der in unseren Filialen aufliegt.



Die gute alte Bevorratung in großem Stil ist aus vielerlei Gründen wieder höchst angesagt. Ob man nun seine Wege mit dem Auto beschränken will oder es am Wochenende einfach so richtig gemütlich haben will.

„Das ‚Butterbrot‘ ist mittlerweile eines unserer liebsten Ausdrucksmittel. Es steht für Haubis, wie ein vielseitiger Markenbotschafter.“

BIRGIT ROTTERMANNER, HAUBIS MARKETING- & KOMMUNIKATIONSLEITERIN

## Der große Sinn fürs kleine Detail

*Dreimal pro Jahr berichten wir im „Butterbrot“ über Themen, die Haubis ausmachen. Immer mit möglichst viel inhaltlichem Gewicht und optischer Leichtigkeit. In der diesmaligen zehnten Ausgabe geben wir gerne einen Einblick ins Tun unserer Redaktionsrunde. Sozusagen ein „Butterbrot-Making-of“ ...*

**W**ie willkommen ist Werbung in unseren Briefkästen? Auf unseren ohnehin meist gut gefüllten Schreibtischen? Wir glauben, die Antwort zu kennen. Darum haben wir das HAUBIS „Butterbrot“ von vornherein viel höher, breiter und tiefer angelegt, als man es vielleicht von einem Kundenmagazin annehmen würde. Das beginnt schon bei der Namensgebung. Denn so simpel ein Brot mit einer, je nach Geschmack, hauchdünnen oder beherzten Schicht Butter auf den ersten Blick erscheinen mag: Mit möglichst sorgsam gewählten Grundkomponenten ist es in seiner Genialität kaum zu übertreffen. Und so erzählen wir zum inzwischenden zehnten Mal über die bodenständige Besonderheit eines Petzenkirchner Bäckereiunternehmens. Auf einem Papier, das man nicht anders als „handschmeichelnd“ nennen kann. Mit Farben, die die Druckerei gugler\* aus Melk mit nachhaltiger Ideologie und technischer Meisterschaft einzusetzen weiß. Und mit dem Hirn und Herzblut eines vielköpfigen Redaktionsteams.

Natürlich könnten wir uns für unsere Publikation bei vorgefertigten Inhalten bedienen und die unzähligen Fotodatenbanken nach attraktivem Bildmaterial durchforsten. Uns bei ähnlichen (wenn auch nicht vergleichbaren) Medien inspirieren lassen und damit entsprechend Zeit und Budget einsparen. Nur wäre das „Butterbrot“ dann nicht das „Butterbrot“! Wir legen Wert auf eine originäre Themenfindung, die Aktuelles genauso aufgreift wie Traditionelles. Wir treffen die Menschen, die an der Herstellung unserer Produkte beteiligt sind genauso wie die, die mit unseren Produkten arbeiten. Mal vor Ort, mal am Telefon, immer jedoch mit einer gesunden Portion Neugierde, um dem,



Ob in der Redaktion, bei den Partnerbetrieben oder im freien Feld: Hier diskutiert, arrangiert und fotografiert die Freude mit.



was sie antreibt, auf die Spur zu kommen. Und wir setzen ein HAUBIS SEMMERL mit mindestens genauso viel Hingabe ins Bild wie einen HAUBIS Partnerbetrieb. Nicht immer sind wir uns dabei hundertprozentig einig. Und das ist gut so. Denn aus dem kreativen Zusammenwirken vieler unterschiedlicher Ausrichtungen und Begabungen entwickelt sich jene Vielfalt an Magazin-Schwerpunkten, die unsere Leserinnen und Leser so zu schätzen wissen. Die Profis aus Gastronomie und Handel genauso wie unsere Kundschaft bzw. unsere Gäste in den HAUBIS Backstuben und Cafés.

Gewiss hilft uns dabei unsere jahr(zehnt)elange Erfahrung in Sachen Marketing und Markenführung und unser Händchen für einladende Texte, Fotos und Layouts. Doch das allein wäre zu wenig weit gegriffen. Wir lieben es einfach, uns in einem 360-Grad-Radius umzusehen und durchaus auch Aspekte ins „Butterbrot“ einfließen zu lassen, die nicht unmittelbar mit HAUBIS zu tun zu haben scheinen – und doch einen Teil dieses Familienunternehmens ausmachen. So finden sich im Butterbrot immer wieder übergeordnete Botschaften und Denkanstöße: ökonomische, ökologische oder soziale. Und wir wagen zu behaupten, dass die Art und Weise, wie wir abseits der Arbeit am „Butterbrot“ leben, mit jedem Pixel ins Magazin miteinfließt. Mit unserer Begeisterung für kulinarische und künstlerische Genüsse, durchaus auch als Schaffende. Es zieht uns auf die Berge wie auf die Bühne, wir lesen aus selbst verfassten Büchern und in eigenen Weingärten – wir wachsen aneinander, an unseren Aufgaben und neuerdings auch als Redaktionsteam. Das alles hoffentlich zur Freude unserer Leserinnen und Leser. In diesem Sinne: auf die nächsten 10 „Butterbrote“!

„Beim Machen unseres Magazins spielen drei Faktoren zusammen: die Sicht von innen, der Blick von außen – und das Bauchgefühl.“

STEFAN SCHEUCHELBAUER, HAUBIS GASTRONOMIE- & FILIAL-MARKETER

**Birgit Rottermann**  
Hält den roten Markenfaden gerade richtig straff:



**Das muss für mich aufs Butterbrot**

- Birgit:** eine „wilde“ Kräutermischung aus der Wiese oder Honig
- Stefan S.:** Schnittlauch oder Kresse bzw. Salz
- Melanie:** Anchovis und fein gehackte Dille
- Matthias:** Beinschinken und Kren
- Sonja:** Topfen-Kräuteraufstrich und Gartengemüse
- Stefan K.:** frischer Schnittlauch
- Thomas:** am liebsten Erdbeermarmelade

**DAS „BUTTERBROT-GRÜNDUNGSTEAM“ IN BILD UND WORT**

**Melanie Laibl**  
fragt sich durch die HAUBIS Welt und plaudert Spannendes aus.



**Stefan Scheuchelbauer**  
behält den Überblick und die Nerven.



**Matthias Kronfuß**  
setzt Bild und Text mit Verve und Können in Szene.



**Sonja Priller**  
inszeniert selbst das schüchternste Jourgebäck als großen Star.



**Das muss für mich ins „Butterbrot“**

**Birgit:** Themen, die HAUBIS bewegen und unsere Werte widerspiegeln; Inhalte, die die Leser überraschen und die gleichzeitig spannend und aussagekräftig sind

**Stefan S.:** Geschichten hinter dem Vorhang, Produkt- und Rezeptideen, topmotivierte HAUBIS Kunden

**Melanie:** eine Sprache, die Lust aufs Lesen macht; ein authentisches Bild von der visionären HAUBIS Unternehmensphilosophie – gestern, heute und (über-)morgen

**Matthias:** eine geschmackvolle, hochwertige Gestaltung

**Sonja:** Hintergrundstories rund um HAUBIS und seine Produzenten; Ideen/Rezepte rund ums Gebäck und alle Produkte – alles ein toller Mehrwert

**Stefan K.:** Bilder, die zeigen, mit wie viel Herzblut und Kreativität alle HAUBIS Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei der Sache sind; Reportagen über die engagierten regionalen HAUBIS Partner und Partnerinnen

**Thomas:** Bilder, die zeigen, mit welchem Aufwand, welcher Expertise und Innovationskraft Landwirte agieren; generell neue Einblicke



**Stefan Knittel** bringt Mensch und Maschine stets ausdrucksstark ins Bild.

**Thomas Gruber** legt sich ins Zeug für spannende Blickwinkel.



**WIR WACHSEN MIT UNSEREN AUFGABEN**

Je umfangreicher unsere Vorhaben, desto größer auch das „Butterbrot“ Team. Immer öfter freuen wir uns daher über Beiträge folgender Meisterinnen und Meister ihres Fachs: Simon Jacko (Foodstyling), Ursel Nendzig (Text) und Daniel Schalhas (Fotografie).

**Jeder Kolatsche ihren Topfen**

Bei Milchprodukten halten wir bei Haubis es gerne familiär. Topfen, Milch oder Joghurt stammen von klein strukturierten Betrieben, von Milchbäuerinnen und Milchbauern mit durchschnittlich zwanzig Tieren. Sie stehen nicht nur für Regionalität, sondern sorgen überall dafür, dass es gesunde Lebensmittel von hoher Qualität gibt.

**Kompromisslos regional: So in etwa könnte man unseren Zugang zum Einkauf von Rohstoffen beschreiben. Erst recht, wenn es um Molkereiprodukte geht.** Butter, Topfen und Käse sind nicht nur zu 100 Prozent aus Österreich, sondern auch auf so kurzem Weg wie möglich angereist. „Regionalität ist unsere wichtigste Anforderung“, sagt Johannes Heilos, der für den Einkauf zuständig ist und deshalb weiß, worauf es ankommt. Da ist eine Partnerschaft mit Molkereien wie NÖM und Berglandmilch naheliegend – weil sie dieselben Anforderungen an Regionalität und Produktqualität stellen, wie wir. „Unsere Partnerschaft mit den Molkereibetrieben ist sehr offen und transparent.“ Es sind Beziehungen, die seit Jahren bestehen, vertrauensvoll und auf Augenhöhe sind. Und so werden auch gemeinsam neue Wege beschritten – etwa beim Thema Verpackung. „Wir suchen gemeinsam nach Möglichkeiten, Verpackungen so weit wie möglich zu reduzieren“, sagt Johannes Heilos. Das bedeutet etwa, dass größere Gebinde zum Einsatz kommen. „Es ist der grüne Gedanke, der uns da verbindet.“ Und Grün ist überhaupt eine Farbe, die der sogenannten „weißen Palette“ ganz ausgezeichnet steht. Wir haben uns auf den Weg gemacht und „unseren“ Molkereien einen Besuch abgestattet.



**DIE EINZIGE FRAGE: MIT ODER OHNE ROSINEN?**

Dass unsere Topfenkolatschen außen so knusprig und innen so flaumig sind, liegt am Zusammenspiel von perfektem Plunderteig und idealer Topfenfülle. Damit diese saftig, aber nicht matschig wird, darf nicht zu viel Flüssigkeit enthalten sein. Hier kommt der Bäckertopfen ins Spiel, der in einem speziellen Verfahren bis zur gewünschten Trockenheit langsam gepresst wird. Einzig an der Frage, ob mit oder ohne Rosinen – da scheiden sich die Geister der Kolatschen-Fans.





## STATION 1: BERGLANDMILCH: DAS BEKENNTNIS ZUR REGIONALITÄT

Es sind beeindruckende Zahlen, die Anna Brandstetter, Unternehmenssprecherin von Berglandmilch da aufzählt: achttausend Milchbäuerinnen und Milchbauern sind es, in deren Eigentum die Berglandmilch als Genossenschaft steht. Sie liefern jedes Jahr 1,3 Milliarden Kilogramm Milch, die von den 1500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verarbeitet werden. „Damit“, sagt Anna Brandstetter, „ist Berglandmilch das größte österreichische Milchverarbeitungs- und Vertriebsunternehmen.“ Unter seinem Dach vereinen sich bekannte Marken wie Schärddinger, Tirolmilch oder Lattella. Dabei ist das Unternehmen an acht Standorten in ganz Österreich zu Hause – von der Zentrale in Wels bis Klagenfurt im Süden und Feldkirchen im Westen.

Grundsätzlich ist die Milchwirtschaft in Österreich klein strukturiert – vor allem im internationalen Vergleich betrachtet, wo es Mega-Farmen mit vielen tausend Kühen gibt. „Das ist in Österreich schon allein aufgrund der Geografie nicht möglich, der Landschaft, die von Bergen und Seen durchschnitten wird.“ So sind es im Schnitt rund 20 Tiere, die die Bergland-Bäuerinnen und -Bauern betreuen. Und das meist als Familienbetrieb. Die Milch, die von Berglandmilch verarbeitet wird, stammt also zur Gänze aus Österreich. „Regionalität und Nachhaltigkeit“, sagt Anna Brandstetter, „sind tief in unserer Philosophie verankert.“ Das bedeutet: es wird Wert darauf gelegt, heimische Arbeitsplätze zu sichern und ein starker Partner der österreichischen Landwirtschaft zu sein.

Apropos Partner. Eine enge Partnerschaft ist es, die HAUBIS und Berglandmilch verbindet. Es ist eine Partnerschaft, die einst klein angefangen hat und Hand in Hand mit dem Wachstum von HAUBIS größer geworden ist. Und es ist eine Verbindung, die auf vielen Ebenen besteht. So ist nicht nur das bedingungslose Bekenntnis zur Regionalität etwas, das beide Seiten verbindet. Sondern auch die hohen Ansprüche an die Qualität der Produkte: Schärddinger Bio-Naturjoghurt, Schlagobers, Teebutter, Haltbar- und normale Milch, Topfen und Mascarpone – alles vom Allerfeinsten. Da ist aber noch mehr: „Was wir besonders an HAUBIS schätzen, ist die Transparenz“, sagt Anna Brandstetter. „Sie veröffentlichen ihren gesamten Herstellungsprozess – und das ist auch unser Ansatz. Vom Bauernhof bis zum fertigen Produkt gibt es bei uns keine Geheimnisse.“

Ebenfalls kein Geheimnis ist, dass die Lebensmittelpreise stark gestiegen sind. Und Versorgungssicherheit ein Schlagwort geworden ist, das uns nur allzu oft begegnet. Wie geht man damit um, als Genossenschaft, die ein Grundnahrungsmittel herstellt? „Wir sind natürlich sehr stark von diesen Themen betroffen. Wir waren mit enormen Preissteigerungen konfrontiert – und sind es noch.“ Das betreffe sowohl Rohstoffe – Rohmilch – wie auch Verpackungsmaterial und Energie. Inzwischen habe sich die Lage ein wenig entspannt, so Anna Brandstetter, „und Berglandmilch ist froh, diese Entspannung an ihre Kundinnen und Kunden weitergeben zu können. Es ist und bleibt aber herausfordernd.“ Oberste Priorität sei es jedenfalls, sichere und gesunde Lebensmittel in hoher Qualität herzustellen. Und dabei auf gleichgesinnte Partnerinnen und Partner bauen zu dürfen – eben auf solche wie HAUBIS.

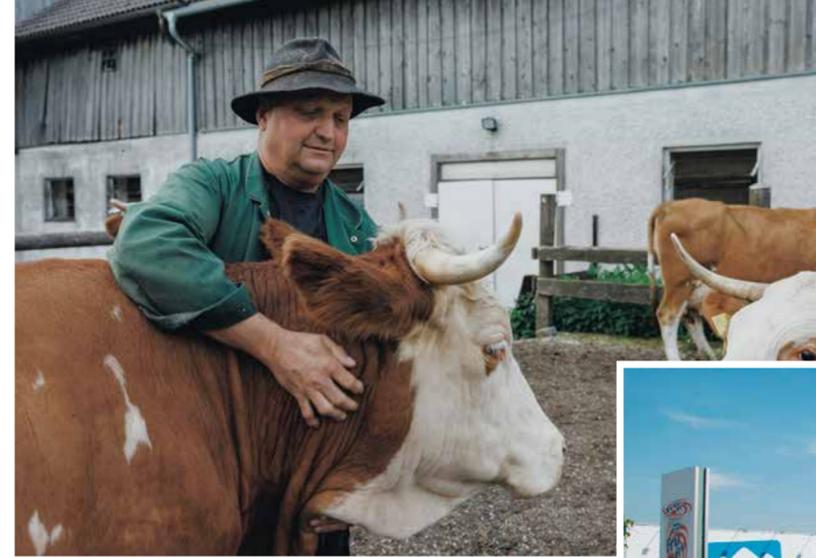
„Genau wie Haubis wollen wir die Produktions- und Lieferkette transparent machen: von der Milch am Bauernhof bis zum fertigen Produkt.“

ANNA BRANDSTETTER, BERGLANDMILCH



### Naturnah und hochmodern

In der größten Molkerei Österreichs werden jährlich über eine Milliarde kg Milch verarbeitet. Moderne Technologie sorgt für reibungslose und effiziente Abläufe.



### Der direkte Weg

So kurz wie möglich wird der Transportweg der Milch angelegt. Mit kleinem ökologischen Fußabdruck gelangt sie von der Weide in die Molkerei.



## STATION 2: NÖM: WO DER BÄCKERTOPFEN HERKOMMT

Aus ganz Niederösterreich, den angrenzenden Regionen der Steiermark und des Burgenlands kommt die Milch zur NÖM – der Niederösterreichischen Molkerei. Geliefert wird sie von rund 2400 Bäuerinnen und Bauern, kleine und kleinste Betriebe, meist im Familienbesitz und mit rund 20 Kühen pro Bauernhof. Wobei in den letzten Jahren einige der Milchlieferantinnen und -lieferanten weggefallen seien. Woran das liegt? „Wir haben ein eigenes Tierwohl-Siegel eingeführt“, sagt Thomas Tirmantinger, Geschäftsführer der NÖM Gast Lebensmittel GmbH. „Unsere Auflagen sind etwa, dass es keine Enthornung mehr gibt und ganzjährigen Auslauf – das konnten viele kleinere Bauernhöfe nicht gewährleisten.“ Auch wenn es um das Thema Regionalität geht, ist die NÖM gut, sprich: nah aufgestellt. 100 Prozent der Milch kommen aus der Region. „Wir halten die Transportwege vom Bauernhof zur Molkerei so kurz wie nur möglich.“ Auch der Verkauf der NÖM-Produkte ist regional beschränkt. So gibt es etwa Joghurts aus Niederösterreich nur in Ostösterreich. Eine Ausnahme bildet „Fru Fru“, die einzige unserer Joghurtmarken, die österreichweit verfügbar ist.“

Bei all diesen Maßnahmen wie Regionalität oder CO<sub>2</sub>-Neutralität (die NÖM übrigens in der Produktion bereits umgesetzt hat) seien sie dabei stark durch die Anforderungen der Endkunden getrieben. „Vielen Konsumentinnen und Konsumenten ist es eben nicht egal, wie ein Produkt hergestellt wird.“ Genau hier liegt eine Gemeinsamkeit – von vielen – mit HAUBIS. „Unsere Partnerschaft besteht schon so lange, dass ich erst nachforschen müsste, wie lange genau“, sagt Thomas Tirmantinger. „Es ist eine gelebte Partnerschaft, eine unkomplizierte.“ Und HAUBIS sei ein Partner, dem es eben nicht egal sei, wo die Produkte herkommen, die sie einkaufen.

Von NÖM kommt der Bäckertopfen, ein ganz besonderes Produkt. Und nicht ohne eine Prise Stolz können sie behaupten, einer der letzten Hersteller für diesen speziellen Topfen zu sein. „Er entsteht in einem anspruchsvollen Verfahren, bei dem der Topfen in großen Wannen schonend gepresst wird und dadurch seine typische bröselige Konsistenz erhält.“ Ein solches Verfahren kostet Zeit. Dafür kommt am Ende aber ein Topfen heraus, der die perfekte Konsistenz hat, um etwa die HAUBIS TOPFENKOLATSCHEN zu vollenden. Dieser Qualitätsanspruch ist auch so eine Sache, der NÖM und HAUBIS verbindet. Es ist eben keine Option, auf Qualität zu verzichten und Kolatschen aus schneller (und günstiger) produziertem Topfen herzustellen“, sagt Thomas Tirmantinger. „Und das schätzen wir sehr. Das sind die Partnerschaften, die erfahrungsgemäß lange halten.“



„Wir bauen nicht auf Wachstum, sondern auf Stabilität. Das bezieht sich auf Mengen, Werte – und auch auf unsere bestehenden Partnerschaften.“

THOMAS TIRMANTINGER, NÖM

„Haubis liefert für uns einfach das beste Produkt. Das Backen vor Ort funktioniert wie es soll, und wir schätzen den hohen Bio-Anteil.“

STEFAN GYGER, F&B-MANAGER IM „SCHÜTTERHOF“

## So sympathisch geht Perfektion

Das Viersternehotel „Schütterhof“ in Schladming begeistert Sportliche wie Erholungssuchende. Für die perfekte Auszeit vom Alltag sorgen die Gastgeberfamilie Gyger und ihr seit vielen Jahren bewährtes Team. In Kooperation mit der herausragenden Naturlandschaft – und einer feinen Auswahl aus dem Haubis-Sortiment!

**A**lles begann vor 50 Jahren. Und mit einer Wiese, wie sie spektakulärer nicht liegen hätte können: eingebettet zwischen dem Dachsteinmassiv und den Schladminger Tauern. „Und als meine Großeltern, die von Beruf eigentlich Bauern waren, mit dem Bau einer kleinen Pension liebäugelten und dafür einen Architekten zu Rate zogen, wollte der ausgerechnet dort bauen“, erzählt Stefan Gyger. „Der Planer hat damals gedroht, den Auftrag nicht anzunehmen, wenn mein Opa nicht seine Lieblingswiese zur Verfügung stellt. Heute ist die ganze Familie froh über diesen besonderen Fall von Hartnäckigkeit. Gerade, weil die besagte Pension über die Jahrzehnte ordentlich gewachsen ist, ohne dass ihr Standort an Strahlkraft verloren hätte.“

Während das Familienunternehmen sich weiterentwickelte, vom Gründerpaar Rosi und Gottlieb Schütter zu Tochter Renate und Ehemann Roland Gyger wechselte, und ab 2014 laufend ausgebaut wurde, blieb ein Ziel stets im Vordergrund: den „Schütterhof“ authentisch und sympathisch zu führen. Dass es dazu neben einer einladenden Infrastruktur auch einen zuverlässigen Stab an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern braucht, war der Hoteliersfamilie nicht nur von Anfang an klar. Es war und ist ein echtes Herzensanliegen. „Wir möchten, dass es nicht nur unseren Gästen

**Bereit für die Sommerfrische:**  
Als Traumdestination in den Bergen ist der „Schütterhof“ bestens aufgestellt.

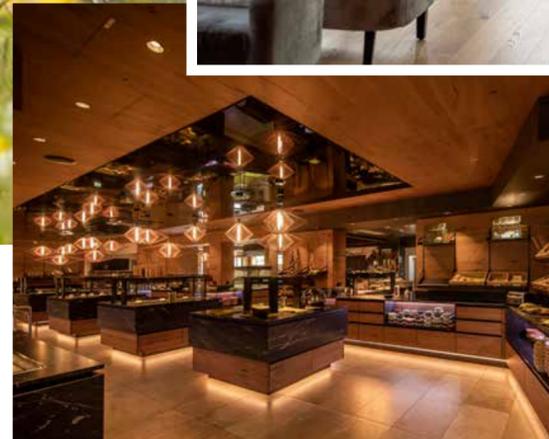
gut geht, sondern auch unserem Team“, meint Stefan Gyger. „Wir haben das ungeheure Glück, eine Ganzjahresdestination anbieten zu können. Das hilft uns gleichzeitig, ein zuverlässiger Arbeitgeber zu sein – sogar in den klassischen touristischen Nebensaisonen. Unser Küchenchef Manfred König begleitet uns zum Beispiel bereits seit 20 Jahren. Das ist eine Kontinuität, die in unserer Branche schon bemerkenswert ist.“

Von nachhaltigem, gegenseitigem Vertrauen geprägt ist auch die Zusammenarbeit mit HAUBIS, die in der Elterngeneration von Stefan Gyger und Anton Haubenberger ihren Anfang nahm. „Die Initialzündung, die die Haubenbergers von Gästen zu Geschäftspartnern werden ließ, war der Wunsch, unseren Spät-Frühstückern ofenfrisches Brot und Gebäck anbieten zu können. Die teigigen Produkte haben uns da perfekt ins Konzept gepasst und tun es bis heute. Wir kaufen sie quer durchs Sortiment ein und kombinieren sie mit Brot von unserem lokalen Bäcker oder mit Selbstgebackenem.“ Durch die großzügige Ausstattung der „Schütterhof“-Küche mit Kombidampfern spielen unsere Produkte damit eine durchgängige Rolle im Verwöhnprogramm – vom Frühstücksbuffet über die Nachmittagsjause aus der Show-Küche bis hin zum Abendmenü.

„Auch unsere Croissants und das Plundergebäck kommen von HAUBIS, genau wie unser glutenfreies Angebot“, erklärt Stefan Gyger, der seit 2019 für die dritte Familiengeneration im Hotel steht. Übrigens auch als Quereinsteiger, denn sein ursprünglicher Berufsweg hätte ihn in die Erdöl- und Erdgasgewinnung



Haubis Kundenmanager Michael Hollaus freut sich über Gastronomie-Partner, die seine Liebe zur Perfektion teilen.



führen sollen. „Wir sind drei Geschwister und meine Eltern haben uns bei der Berufswahl vollkommen frei entscheiden lassen. So hat es meinen Bruder in die IT und meine Schwester in die Pädagogik und Ethnologie gezogen. Und mich selbst irgendwann zurück von Leoben in die Schladminger Berge, was mir sehr taugt.“ Mit Stefan als Food- & Beverage-Manager und seiner zukünftigen Frau Carina sind die Werte des „Schütterhofs“ auch in Zukunft gesichert. „Während der Winter sich weiterhin großer Beliebtheit erfreut, hat der Sommertourismus stark zugelegt. Das Bike-Fahren und Wandern im Sommer liegen im Trend. Hier wollen wir mit der Veränderung mitgehen, vielleicht sogar einen Schritt voraus sein, und trotzdem an den eigenen, bleibenden Werten festhalten. Bei uns ist das allem voran die Handschlagqualität, nach innen wie nach außen.“ Und dass sich hier ebenso eine echte Synergie mit HAUBIS ergibt, ist kein Zufall, sondern ein Ergebnis unserer eigenen Firmenphilosophie. „Es gibt da ein paar ganz legendäre Einsätze von unserem HAUBIS Kundenmanager Michael Hollaus. Um halb 6 zur Einschulung in unserer Küche? Für den Michi eine Selbstverständlichkeit.“

„Mengenmäßig geht bei uns schon was weiter. Der Besuch in der Brot-Erlebniswelt hat bei uns allen den Bezug zu den Produkten gestärkt.“

CARINA SPREITZ, MARKETING-MANAGERIN IM „SCHÜTTERHOF“

Der eine oder andere Expertentipp aus erster Hand ist folgerichtig dafür verantwortlich, dass das Brot- und Gebäckangebot am „Schütterhof“ genauso gelingt, wie es sich unsere Bäckermeisterinnen und -meister vorgestellt haben. Sogar das LAUGENSTANGERL – erklärtes Lieblingsprodukt des Hotelteams, Stefan Gyger inklusive. „Unser gar nicht so geheimer Tipp beim Laugengebäck ist ein spezielles Backprogramm, dass uns bei der Einschulung sehr ans Herz gelegt wurde. Wie übrigens auch ein Ausflug ins HAUBIVERSUM in Petzenkirchen, um mal hinter die Kulissen von Haubis zu blicken.“ Dieser wurde übrigens längst absolviert, zur vollen

Begeisterung des gesamten Teams. „Es war für uns alle spannend zu sehen, wie viel Handarbeit in den HAUBIS Produkten steckt“, erinnert sich Stefan Gyger. „Abgesehen davon, dass sich Petzenkirchen sehr gut mit einem Abstecher in die Wachau kombinieren lässt.“

# Am Himmel grünt es grün

*So gerne wir als Unternehmen auf dem Boden bleiben, auch das Abheben hat seinen Reiz. Speziell, wenn es auf spektakuläre Weise geschieht: mit „unserem“ Haubis Heißluftballon und dem bewährten Ballonteam rund um Josef Herbeck.*

**D**ass man mit einem Heißluftballon nicht fliegt, sondern fährt, und zwar nicht im Luftraum, sondern im Luftmeer, wissen wir spätestens, seit wir mit dem Ballonfahrtunternehmer Josef Herbeck aus Wieselburg zusammenarbeiten. Und das ist nun schon seit vielen Jahren und mit zwei auf HAUBIS gebrandeten Ballonhüllen der Fall. Trotzdem staunen wir jedes Mal von Neuem, wenn sich unser beeindruckender „Traum in Grün“ mit seinen 30 Metern Höhe und seinen 20 Metern Durchmesser fast lautlos in einen Zustand der Schwerelosigkeit begibt. Dazu der Pilot Josef Herbeck: „Seit der ersten bemannten Ballonfahrt 1783 hat diese Art des Reisens nichts an Faszination verloren. Und ich kann aus meinen über 1500 Fahrten bislang auch nur von absoluter Begeisterung bei allen Mitreisenden im Korb berichten. Wobei ich offenbar nur mit netten Menschen zu tun habe – auch so eine Konstante meiner 33 Jahre Ballonfahrt-Erfahrung. Das ist ein echtes Privileg und in den meisten anderen Berufszweigen alles andere als selbstverständlich.“

Dabei ist das Familienunternehmen „Individuelle Ballonfahrten Josef Herbeck“ – neben Josef sind seine Ehefrau und seine Kinder fleißig im Einsatz, der älteste Sohn bereits mit eigenem Pilotenschein – aus einem Hobby heraus gewachsen. Genau wie das zweite berufliche Standbein, der Handel mit Ausrüstung für den Schießsport. „Ein Bekannter von mir hat damals die Ausbildung gemacht, und da Ballonfahren Teamwork ist, war ich öfters beim Aufstellen dabei. Oder um die Route des Ballons am Boden zu begleiten.“

**„Wenn wir nach einer Morgenfahrt mit unserem Haubis Ballon landen, werden wir oft gefragt, ob wir Frühstücksgebäck mit im Korb haben.“**

JOSEF HERBECK, BALLONFAHRTUNTERNEHMER



Bis sich ein Ballon majestätisch in die Lüfte erhebt, braucht es eine Vielzahl von erfahrenen Händen.



Das war vor 35 Jahren, da war ein Ballon bei uns im Mostviertel noch ein spanisches Dorf.“ Es folgte der eigene Pilotenschein, die Gründung eines Vereins, eine Flotte von Ballons. Ein immenses Investment, klarerweise. Das sich mit dem Suchen und Finden von Sponsoren deutlich leichter bewältigen ließ. „Mit HAUBIS haben wir einen tollen Partner gefunden“, freut sich Josef Herbeck. „Wir sind das ganze Jahr über immer wieder für die Marke unterwegs. Anton Haubenberger stiftet unsere Ballonfahrt-Gutscheine nämlich für ausgewählte Tombolas, Kooperationen und Charity-Projekte. Zum Beispiel für den Sonnenigel.“



## JETZT AN/MIT LEICHTIGKEIT GEWINNEN!

Zur Feier unserer zehnten „Butterbrot“-Ausgabe verlosen wir eine Fahrt mit dem HAUBIS Heißluftballon für eine geschlossene Gruppe von vier Personen. Ein exklusives Abenteuer unter fachkundiger Durchführung von Josef Herbeck und seinem Ballonfahrt-Team! Zum Mitspielen einfach den folgenden Satz vollenden und an [marketing@haubis.at](mailto:marketing@haubis.at) schicken oder über unsere Social-Media-Kanäle mit dem Hashtag #haubisballon (Facebook und Instagram) aktiv werden.

*„Wir wollen mit HAUBIS abheben, weil ...“*

Einsendeschluss ist der 18.08.2023. Der Preis kann nicht in bar abgelöst werden, und der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Insgesamt kommt Josef Herbeck mit der gesamten Flotte auf etwa 50 Fahrten pro Jahr. Wobei das Vereinbaren des Termins meist die kniffligste Aufgabe ist. Denn für eine sichere Fahrt müssen viele Parameter stimmen. „Und da sind wir wettertechnisch im Mostviertel natürlich viel weniger stabil als beispielsweise in der Thermenregion. Die Windgeschwindigkeiten behalten wir dabei besonders im Auge.“ Eine Umkehr, die einleuchtet, wenn man bedenkt, dass die Flugfähigkeit und Flugsicherheit eines Heißluftballons mit den Naturgesetzen steht und fällt. Die dreilagige Hülle setzt sich aus einer unbrennbaren Basis, einer Mittellage aus Polyamidgewebe – aka: Ballonseide – und einer reißfesten und temperaturbeständigen Oberschicht zusammen. Sie wird zunächst mit kalter Luft gefüllt, wofür es mindestens vier Leute braucht. Zum Steigen werden die 3700 m<sup>3</sup> Luftinhalt mittels Propangas erwärmt. Der Rest ist Physik.

Was immer wieder überrascht: wie kompakt sich so ein Heißluftballon zusammenpacken und auf einen Anhänger verladen lässt. „Das muss auch so sein“, erklärt Josef Herbeck. Denn was wir auf dem Hinweg in der Luft fahren, wird retour mit dem Auto zurückgelegt.“ Dafür tritt nach etwa einer Stunde Reise die Rückholmannschaft am Boden in Aktion. „Ich formuliere es gerne so: Ballonfahren ist ein Ganzjahres-Mannschaftssport. Da ist ein eingespieltes Team, wie wir es sind, Gold wert. Wir überlassen so wenig wie möglich dem Zufall.“ Außer die Reiserichtung vielleicht? „Genau“, lacht Josef Herbeck. „Die bestimmt der Wind.“

*Der HAUBIS Ballon hebt natürlich auch unabhängig vom Gewinnspiel gerne für Abenteuerlustige ab. Infos und Buchungen auf [www.abheben.at](http://www.abheben.at)!*



„Wer ein Lokal betreibt, braucht am Anfang Geduld und Gelassenheit. Das war in den ersten Haubiversum-Jahren nicht anders.“

ANTON HAUBENBERGER,  
HAUBIS GESCHÄFTSFÜHRER



## In der Familie. Seit 2023.

Es gibt große und gute Neuigkeiten in unserer Familie. Wobei: So neu auch wieder nicht, denn es ist schon wieder ein paar Monate her, dass Haubis und „Der gute Fang“ in Ybbs beschlossen haben, gemeinsame Sache zu machen. Höchste Zeit, die vielbeschäftigten Köpfe der beiden Unternehmungen, Hannah Neunteufel und Anton Haubenberger, für einen Gedankenaustausch an einen Tisch zu holen. In bester, ja beinahe Urlaubsstimmung am „Donaulido“.

**Hier die Patronin eines erstklassigen Lokals, dort der Geschäftsführer eines renommierten Bäckereiunternehmens. Was hat euch geschäftlich zusammengeführt?**

**Hannah Neunteufel (HN):** Begonnen hat alles mit meiner Gabe, Gelegenheiten beim Schopf zu packen. Seit wir mit unserem Fine-Dining-Restaurant „Der gute Fang“ und unserem Bistro „fischbar“ die Ybbs Stadthalle bespielen, war mein Plan, einen lokalen Visionär mit ins Boot zu holen. Dann habe ich Anton und seine Familie als Gäste kennengelernt. Wir kamen ins Gespräch, dabei tun sich Genussmenschen ja bekanntlich leicht ...

**Anton Haubenberger (AH):** ... und von dort war es nicht weit zu einem ersten geschäftlichen Termin, bei uns in Petzenkirchen.

**HN:** Ich bin sozusagen bei Anton reingekracht und habe ihm direkt von meiner Idee erzählt. Wir haben so viele gemeinsame Schnittmengen, da war das aufgelegt.

**AH:** Vom Bauchgefühl her. Aber meine Ratio wollte auch noch davon überzeugt werden, dass unsere Unternehmen in vielerlei Hinsicht

zusammenpassen. HAUBIS und die gehobene Gastronomie.

**HN:** Zwei Universen, die sich gegenseitig bedingen!

**Also der „Neo-Gastronom“ und die „Zugereiste“?**

**AH:** Beides falsch. Als hätten wir nicht bereits mit dem HAUBIVERSUM, unseren Backstuben samt Café und nicht zuletzt dem „Valentin“ einiges an gastronomischer Erfahrung sammeln dürfen.

**HN:** Und als hätte ich nicht meine Kindheit in Ybbs verbracht. Mein Vater und ich sind damals im Sommer täglich quer über die Donau geschwommen. Daher auch meine Liebe zu diesem Fluss und mein Interesse an der Gastro-Ausschreibung im Zuge der Stadthallenerneuerung. Ich habe von Anfang an das Potenzial dieses Standorts gespürt. Und zwar für alle gastronomischen Ideen, die wir hier verwirklicht haben und weiter verwirklichen wollen.

**„Der gute Fang“ ist Bellevue genauso wie Restaurant und Feierei. Eine ganz besondere Eigendefinition.**

**HN:** Für einen ganz besonderen Platz. Und genau den hat sich die Gegend hier verdient. Wir wollen das Leben am Wasser feiern, das Gefühl der Sommerfrische verbreiten, zu nachhaltigen Urlaubstagen genauso einladen wie zu ein paar gemütlichen Stunden mitten im Alltag.

**AH:** Mit einem gastronomischen Angebot, das das ganze Spektrum zwischen Bistro und Fine Dining abdeckt. Was mir daran gefällt, ist die Erstklassigkeit auf der einen Seite und die Zugänglichkeit auf der anderen. Hannah und ihr Team nehmen alle Gäste kulinarisch gleich ernst, auch die Jüngsten. Sprich: „Der gute



„Wir lieben es, Gas zu geben. Für Neugierige, die zufällig vorbeischauen genauso wie für ein voll ausgebuchtes Haus am Abend.“

HANNAH NEUNTEUFEL, PATRONIN VON „DER GUTE FANG“



Lust auf ein richtig gutes Kalbsbeuschel oder Schnitzel habe oder mich vom Küchenchef mit einem Überraschungsmenü verwöhnen lasse. Für die Rohstoffe suchen wir übrigens gezielt den Kontakt mit Partnern vor Ort, wie den Permakultur-Betreibern auf Schloss Rottenhof oder der lokalen Jägerschaft.

**AH:** Uns habt ihr ja bereits fix im Boot bzw. Netz. Was ist eigentlich dein HAUBIS Lieblingsprodukt?

**HN:** Als Kind hätte ich mich vom PETZENKIRCHNER BAUERNBROT ernähren können, mit einer dicken Schicht Kräutertopfen.

**AH:** Das klingt fast zu kitschig, um wahr zu sein.

**HN:** Ich weiß, aber dieses Kindheitsbrot ist bis heute mein HAUBIS Liebling. Ich könnte es mir perfekt für unser Frühstücksangebot vorstellen, das es irgendwann geben wird.

**AH:** Und nach dem mich jetzt schon alle fragen!

**HN:** Jetzt drehen wir erst einmal weiter an unseren Öffnungszeiten und machen Lust auf unseren Aperitif am „Donaulido“.

**AH:** Apropos. Wie wär's mit einem besonderen Angebot für unsere „Butterbrot“-Leserschaft in der Umgebung?

**HN:** So nach dem Motto: „Komm zum Aperitif und kriege zwei zum Preis von einem serviert“

**AH:** Genau so. Und unser Marketing hat bestimmt eine zündende Idee, wie wir die Gutscheine am besten unter die Leute bringen.

**Die Strahlkraft eures Lokals reicht weit über das Mostviertel hinaus. Eure Gäste kommen von überall her und ganz gezielt zu euch. Doch immer mehr Leute besuchen euch spontan, zum Beispiel auf einer Rad- oder Wandertour. Ganz ohne Schwellenängste?**

**HN:** Die gibt es bei uns schlichtweg nicht, weil unser Lokal einladend ist – und wir für alle etwas zu bieten haben. Ob ich jetzt einfach einen Kaffee oder ein Glaserl Wein trinken will,

Fang“ ist genauso eine tolle Familien-Location.

**HN:** Und wir sind mitten drin, unser Gastronomie-Konzept noch mehr in alle Richtungen zu öffnen. Denn wenn wir etwas ganz bestimmt nicht sind, dann abgehoben. Wir streben einfach nach Perfektion und stehen für Qualität. Damit sind wir HAUBIS ja ganz und gar nicht unähnlich.

**AH:** Darum kommen wir bei unseren gemeinsamen Ideen für neue Produkte so gut zusammen. Durch unsere Beteiligung an Hannahs Unternehmen können wir einerseits unsere Kompetenz in Sachen innovativer Rezepturen voll zur Geltung bringen.

**HN:** Andererseits spielen wir für eurer Rezept-Forschungsteam die Rolle einer Entwicklungsküche, wo gleich mal im Echtbetrieb getestet und weiter optimiert werden kann.

**Der hohe Anspruch, die Liebe zum Detail ... gibt es sonst noch etwas, das euch verbindet?**

**AH:** Die spezielle Energie eines Familienunternehmens. Hannahs Sohn Jakob ist der großartige Küchenchef des Hauses, das Serviceteam rund um den Top-Sommelier Mario eine eingeschworene Frau- und Mannschaft. Man kann also durchaus von einer Der-gute-Fang-Familie sprechen.

**HN:** Bei euch braucht es zum Familienunternehmen eigentlich keinerlei zusätzliche Erklärung. Außer vielleicht, dass wir mit Ende Juni die Kunst deines Bruders Peter ins Lokal geholt haben. Und dass dein Vater Toni sich begeistert als „Aficionado“ unserer Projekte deklariert hat und damit unser Genuss-Botschafter geworden ist.

**AH:** Sogar mit eigener Visitenkarte. Eine Parade-Aufgabe für einen Netzwerker wie ihn!



# Bernhard Pichler

.....

*Betriebstechniker und stellvertretender Teamleiter der Instandhaltung*

*wartet und pflegt bei HAUBIS  
alle möglichen Maschinen*

*hat den Lehrberuf Mechatroniker gelernt und  
sich außerdem zum Fachtechniker für  
Automatisierungstechnik weitergebildet*

*arbeitet seit Februar 2013 bei HAUBIS und freut  
sich, sein „Zehnjähriges“ feiern zu dürfen –  
genau wie das „Butterbrot“*

*findet an seinem Job besonders cool, mit vielen Leuten  
in Kontakt zu sein und jedes Mal, wenn er etwas  
repariert hat, ein Dankeschön zu bekommen*

*wird von seinen Kolleginnen und Kollegen vor  
allem für seine Hilfsbereitschaft geschätzt*

*kennt die meisten seiner Kollegen seit der  
Volksschulzeit – arbeitet im Grunde mit seinen  
besten Freunden zusammen*

*isst am liebsten Steak vom Grill  
und als Nachspeise eine  
HAUBIS KARDINALSCHNITTE*

*setzt seine Muskeln als Linebacker  
beim American Football ein*

*sportelt überhaupt wahnsinnig gerne:  
Snowboarden und Radfahren sind seine  
weiteren aktiven Hobbys*

*findet als echter Familienmensch  
Erholung und Entspannung gemein-  
sam mit seiner Frau und der kleinen  
Tochter am Pool im eigenen Garten*

