



Butterbrot

Die Zeitschrift
für Brotgenießer
Nr. 19



Köstliche
Innovationskraft

SEITE 8
SO WIRKT UNSER
SOZIALES ENGAGEMENT
.....

SEITE 16
LANDSCHAFTSPFLEGE
AUF VIER BEINEN
.....

SEITE 20
AUS DEM HAUBIS
FAMILIENALBUM
.....

Editorial



HALLO AUS PETZENKIRCHEN!

Was macht eigentlich ein Wunder aus? Für mich ist es die Erfüllung eines Wunsches oder Bedürfnisses in Verbindung mit einem gewissen Überraschungseffekt. Weil mit dem Wunder etwas Wirklichkeit wird, das man eigentlich nicht für möglich gehalten hätte.

Darum ist es nur konsequent, dass unser frisch kreiertes Gebäck nicht einfach den Namen HAUBIS PROTEIN-WECKERL trägt. Es nennt sich, bei aller gebotenen Bescheidenheit, HAUBIS PROTEIN-WUNDER. Und es ist das Ergebnis einer konzentrierten Tatkraft: von Menschen, die mit Ideenreichtum, Kompetenz und Durchhaltevermögen bei der Sache sind, wenn es darum geht, das HAUBIS Sortiment durch sinnvolle Innovationen lebendig zu halten und durch neue Aspekte in Sachen Ernährung und Genuss zu bereichern.

Wir können uns bei solchen Projekten auf ein glückliches Zusammenspiel mehrerer Faktoren verlassen. Unsere starke Produktentwicklungsabteilung hat nicht nur das Know-how, um Visionen professionell aufzugreifen und Schritt für Schritt in die Realität zu holen. Sie hat auch noch Spaß daran, sich mit jedem noch so utopisch erscheinenden Impuls auseinanderzusetzen.

Und so ist auch das HAUBIS PROTEIN-WUNDER eine Innovation, die direkt bei uns im Haus entstanden ist. Auf der Basis solider und valider Daten aus der Ernährungswissenschaft, gepaart mit dem Experimentiergeist aus der Produktentwicklung und souverän eingeordnet von unseren Expertinnen und Experten, die Produktversprechen formulieren, die wir auch halten können. Handfeste Aussagen, ganz ohne Werbe-Blabla.

Auf diesem Fundament werden wir auch in Zukunft weiterdenken. Und wir werden uns weiterhin freispielen, um Produkte zu schaffen, die kleine Wunder ins Körberl bringen und die die Neugierde und die Lust auf mehr wecken.

In diesem Sinne: Viel Freude beim Verkosten!

Anton Haubenberger
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 Nendzig

Layout und Gestaltung: Matthias Kronfuß

Fotos: Haubis, Sonja Priller, Stefan Knittel

Lektorat: ASI GmbH

Produktion: Gugler GmbH im nachhaltigen
Cradle-to-Cradle-Verfahren



PurePrint® by gugler®
druckinn.at



3 INNOVATION

Mit unserem neuen HAUBIS PROTEIN-WUNDER bringen wir einen der derzeit angesagtesten Ernährungstrends auf den Boden – und aufs Köstlichste hinein ins Körberl.



14 KOOPERATION

Wer bei „Nah&Frisch“ in Loosdorf einkauft, trifft dort erfreulicherweise auf unser Sortiment. Wir haben dem Team vor Ort einen Besuch abgestattet.



10 TRADITION

Kartoffeln sind eine runde Sache und machen den Charme so manchen HAUBIS Produkts aus. Wir holen sie vom Partner unseres Vertrauens: der Firma Agrofresh.



17 PRÄSENTATION

Im Messetrubel sympathisch aufzufallen und mit Kompetenz von uns reden zu machen, gelingt uns doppelt gut mit unserem neuen Messestand. Ein paar Einblicke!



Genuss mit Protein-Plus

Unser Körper kann umso besser seine Arbeit tun, je bewusster wir ihn dabei unterstützen. Das ist nicht neu. Dass die Nährstoffe, die wir ihm zuführen, hier eine wichtige Rolle spielen, ebenso wenig. Eiweiße, Kohlenhydrate, Ballaststoffe und Fette, Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente ... Im richtigen Mix liefern sie die wesentlichen Ernährungsbausteine, die der Mensch vom Baby- bis zum Erwachsenenalter braucht.

Für uns bei HAUBIS ist die Kenntnis ernährungswissenschaftlicher Grundlagen sozusagen tägliches Brot. Denn unser Anspruch beschränkt sich nicht nur darauf, Brot und Gebäck herzustellen, das hervorragend schmeckt. Wir legen auch mehr und mehr Augenmerk auf die Nährstoffzusammensetzung unserer Produkte. Bis eine Rezeptur für ein neues Weckerl oder Brot steht und sich im Alltag beweist, braucht es Zeit. Nur so können wir garantieren, dass das Backergebnis langfristig stabil ist. Schließlich wollen wir Produkte erzeugen, denen man rundum vertrauen kann. Das sehen wir als unsere Pflicht. Und die Kür?

VON DER IDEE ZUR INNOVATION

Dazu Martin Holzmann, unser Unternehmensleiter für die Abteilungen Forschung & Entwicklung sowie Qualität: „Die Kür ist, nicht nur Ideen und Visionen zu entwickeln, sondern ihnen auch konsequent nachzugehen – bis hin zum marktreifen Produkt. Das ist natürlich auch eine rationale Entscheidung.“ Also keine Innovation um der Innovation willen? „Wir sind an dauerhaften Lösungen interessiert, die zu dem passen, wofür HAUBIS steht. In der Ideenfindung sind Anton Haubenberger und ich oft auf einer Linie und entwickeln Ideen im Austausch schnell weiter. Da kann es vorkommen, dass so mancher verlockende Ansatz wieder von der To-do-Liste rutscht. Etwa weil er zu wenig zu unserem übergeordneten Ziel passt: einen Mehrwert für die Ernährung zu erreichen und uns dabei die Eigenschaften zunutze zu machen, die die eingesetzten Rohstoffe von Natur aus mitbringen.“

Und so hat sich unsere Produktentwicklungsabteilung in den letzten Monaten intensiv mit dem Thema Eiweiß beschäftigt: also mit Protein. Kein Nahrungsbaustein, an den man bei Brot als Erstes denkt. Sehr wohl aber einer, der aktuell viel Beachtung findet. Ob es nun darum geht, eine sportlich aktive Lebensweise zu nutzen, oder um die die Gesundheit unseres Planeten. „Die Österreichischen Ernährungsempfehlungen, die viele von uns in Form der Ernährungspyramide kennen, sind inzwischen zukunftsfit adaptiert worden“, erklärt Kathrin Zöchbauer, HAUBIS Produktentwicklerin mit Schwerpunkt Lebensmittelrecht und Lebensmittelkennzeichnung. „In ihr finden sich nun dezidiert auch Hülsenfrüchte, die bei einer Ernährungsweise ohne Fisch und ohne Fleisch eine ausreichende Versorgung mit Proteinen sicherstellen können. Zudem weisen sie als Proteinquelle eine günstigere CO₂-Bilanz auf als tierisches Eiweiß.“

Dadurch schärfte sich der Fokus: Wie wäre es, ein Weckerl zu entwickeln, das möglichst vielen Menschen Lust auf eine Extraportion pflanzliches Eiweiß macht? Ohne ganze Körner und Saaten, deren Mundgefühl nicht allen gleichermaßen Spaß macht? Und mit einer milden und lockeren Krume, das sich universell kombinieren lässt? Zugegebenermaßen ein komplexes Suchprofil. Gefunden wurde: das HAUBIS PROTEIN-WUNDER!

„Wir finden Entwicklungsreisen spannend, die dort beginnen, wo Produkte mehr können, als nur satt zu machen. Das ist unsere übergeordnete Vision.“

MARTIN HOLZMANN, UNTERNEHMENSLEITUNG
FORSCHUNG & ENTWICKLUNG SOWIE QUALITÄT
BEI HAUBIS



DIE TALENTE DER NATUR NUTZEN

Ein Weg in der Entwicklung nährwertorientierter Lebensmittel ist, bestehende Rohstoffeigenschaften durch Zusätze zu verstärken oder neue Effekte „draufzupacken“. HAUBIS wählt bewusst einen anderen: „Wir schauen, wie wir das gewünschte Endergebnis durch die Kombination natürlicher Zutaten und natürlicher Prozesse erreichen.“ Und zwar so, dass ein möglichst zugängliches Produkt entsteht. Dabei hilft uns unser Wissen über Rohstoffe in Verbindung mit neuen Techniken, um sie zu verarbeiten.“ Während des Tüftelns an Inhaltsstoffen und Rezeptur hatte unsere Entwicklungsabteilung nichts Geringeres als die HAUBIS KAISERSEMMELE vor Augen. Den Allrounder im Körperl schlechthin, geeignet für pikante wie süße Belagsvarianten. Zusätzlich sollten die enthaltenen Allergene weitestgehend reduziert werden, sodass möglichst viele Menschen das HAUBIS PROTEIN-WUNDER vertragen.

„Im Vordergrund steht nicht eine bestimmte Ernährungsform, zu der das Weckerl besonders gut passt“, berichtet Kathrin Zöchbauer. „Und so ist es auch in Sachen Zielgruppe ein echter Allrounder. Das Thema Muskelaufbau und Muskelerhalt betrifft ja grundsätzlich alle: von Kindern und Jugendlichen im Wachstum über sportelnde Menschen in der Lebensmitte bis hin zu Seniorinnen und Senioren.“ Eine breite Zielgruppe also, die dem ebenso breiten Einsatzbereich des HAUBIS PROTEIN-WUNDERS entgegenkommen wird. Denn das Weckerl begleitet sie praktisch durch den gesamten Tag. Pur genossen genauso wie fein belegt – wobei durch eine bewusste Wahl des Belags die ernährungsphysiologische Wertigkeit des Weckerls noch gesteigert werden kann. Gleich ein paar Beispiele: Frisch- und Schnittkäse, Ei, Tofu, Hummus, Schinken, (Räucher-)Fisch, regionales und saisonales Gemüse, Kresse und Sprossen!



Die Extra-Portion Eiweiß im Körperl:

DAS HAUBIS PROTEIN-WUNDER

- Mit pflanzlichem Protein aus Ackerbohne, Gelber Erbse, Sonnenblume und Weizen
- Rund 8,5 g Protein pro Weckerl
- High-Protein-Produkt: 23 % der gelieferten Energie kommen aus Eiweiß
- Hoher Ballaststoffgehalt
- Vegan, laktosefrei, sojafrei
- Mit hausgemachtem Natursauerteig sowie Weizen- und Roggenmehl aus Österreich
- Helle, luftige Krume ohne stückige Körner und Saaten
- Unverkennbare Form, universell kombinierbar
- Erhältlich in allen HAUBIS Backshops, im gut sortierten Lebensmitteleinzelhandel sowie bei den HAUBIS Gastronomie-Partnerbetrieben

„Beim Haubis Protein-Wunder kommt Protein aus Sonnenblumenkernen zum Einsatz. Es stammt aus fein vermahlenden Presskuchen, die bei der Ölerzeugung anfallen.“

KATHRIN ZÖCHBAUER,
PRODUKTENTWICKLERIN BEI HAUBIS



Fünf Fragen an Magdalena Kurath-Svehla

Ernährungswissenschaftlerin und Diätologin bei HAUBIS

Was sind Proteine eigentlich?

Proteine sind echte Allrounder im Körper: Sie sind Baustoff jeder Zelle und werden laufend erneuert. Wichtig sind Proteine vor allem zum Aufbau und Erhalt der Muskulatur, aber auch für Haut, Knochen, Bindegewebe, Enzyme und Hormone.

Welche Rolle spielt Protein als Ernährungsbaustein in unterschiedlichen Lebensphasen?

Die Hauptaufgabe der Proteine, genauso wie der Bedarf an Protein, verschiebt sich je nach Lebensphase: Bei Kindern und Jugendlichen liegt der Fokus auf Wachstum. Im Erwachsenenalter steht die Erhaltung der vorhandenen Muskelmasse im Vordergrund. Im fortgeschrittenen Alter ist eine erhöhte Zufuhr notwendig, um Muskelabbau und Kraftverlust entgegenzuwirken. Hinzu kommt, dass der Körper mit zunehmendem Alter Proteine schlechter verwertet. Sportler:innen wiederum profitieren von einer ausreichenden Proteinzufuhr, um Muskeln aufzubauen.

Ist Protein gleich Protein oder gibt es unterschiedliche Eiweißqualitäten?

Protein ist nicht gleich Protein. Das sollte man beim Vergleichen immer im Hinterkopf haben. Entscheidend ist nicht nur die Menge, sondern auch die Qualität. Diese wird mit der sogenannten „biologischen Wertigkeit“ angegeben. Sie zeigt, wie gut der Körper Nahrungsprotein in körpereigenes Eiweiß umwandeln kann: Je höher die biologische Wertigkeit ist, desto effizienter wird das Protein genutzt. Tierisches Protein (Fisch, Fleisch, Milchprodukte und Eier) weist zwar meist eine höhere biologische Wertigkeit auf als pflanzliches

Protein (Hülsenfrüchte, Getreide, Samen, Nüsse), durch die Kombination verschiedener Lebensmittel kann die biologische Wertigkeit jedoch gesteigert werden. Dazu gleich ein Beispiel: Unser Protein-Wunder kombiniert bereits das Protein aus Getreide und Hülsenfrüchten, was die biologische Wertigkeit erhöht. Genießt man es noch mit einem Frischkäse bestrichen (Getreide, Hülsenfrüchte und Milchprodukte), kann unser Körper das aufgenommene Protein noch effizienter nutzen.

Sättigt das HAUBIS PROTEIN-WUNDER anders als beispielsweise die HAUBIS KAISERSEMEL?

Ganz eindeutig: Ja! Das hängt vor allem mit seinem hohen Gehalt an Ballaststoffen zusammen. Der ist mit 6,5 g Ballaststoffen pro 100 g Produkt bewusst hoch. Die Idee dahinter leuchtet ein. Ballaststoffe sind unverdauliche Pflanzenfasern. Einmal im Magen angelangt, binden sie Wasser und quellen auf. Dadurch vergrößert sich das Volumen des Speisebreis und die Magenwand dehnt sich. Unser Gehirn verbindet diese Dehnung mit einer ausreichenden Nahrungsversorgung und sendet ein Sättigungssignal. Tatsächlich hält diese Sättigung auch lange an. Denn der Magen ist mit dem Zerlegen eines Weckerls mit Ballaststoffen länger beschäftigt, als wenn er eine Semmel zu bearbeiten hat.

Wie viel Prozent des täglichen Tagesbedarfs an Protein deckt das HAUBIS PROTEIN-WUNDER?

In einem Weckerl stecken rund 8,5 g Protein. Das entspricht etwa 18 % des sogenannten Nährstoffbezugs-werts*. Damit ist das HAUBIS PROTEIN-WUNDER ein absolut empfehlenswerter Proteinlieferant für eine ganze Reihe an bewussten Genießer:innen. Wenn es

dann noch in eine generell ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung eingebaut wird und eine gesunde Lebensweise ergänzt – umso besser!

* Die Fachgesellschaften für Ernährung empfehlen als tägliche Proteinaufnahme für normalgewichtige Erwachsene bis 65 Jahre 0,8 Gramm pro Kilogramm Körpergewicht. Für eine Person mit 70 Kilogramm Körpergewicht würde das zum Beispiel einen täglichen Proteinbedarf von 56 Gramm bedeuten. Die individuelle Lebenssituation und der Gesundheitszustand können den Bedarf an täglichem Protein aber deutlich verändern: Körperlich aktive Personen, Schwangere, Kinder und Jugendliche und ältere Menschen können einen höheren Bedarf haben.



Proteine hoch drei

VON UNS DAS WECKERL – VON DIR DER BELAG

Kombiniert mit einem bewusst proteinreichen Belag, lassen sich die positiven Eigenschaften des Haubis Protein-Wunders noch toppen. In Sachen ernährungsphysiologischer Wert genauso wie in Sachen Genuss! Hier gleich drei Rezeptideen: einmal süß, zweimal pikant.



Auch mit Hühnerfleisch harmoniert das neue HAUBIS PROTEIN-WUNDER hervorragend. Für ein Chicken-Caesar-Weckerl beispielsweise feine Scheiben von gegrillter Hühnerbrust mit Salat, Tomaten, geschnittenem hartgekochten Ei und Kapernmayonnaise kombinieren.

Naschen mit Nähr- und Mehrwert

SELBST GEMACHTE DATTEL-HASELNUSS-CREME

ZUTATEN FÜR 10 PORTIONEN:

- ◆ 200 g getrocknete Datteln
- ◆ 250 g Haselnüsse (oder Nüsse nach Belieben)
- ◆ 50 ml Wasser
- ◆ 1 EL Kokosöl (alternativ: Raps- oder Sonnenblumenöl)

je nach persönlichem Geschmack:

- ◆ 1 Päckchen Vanillezucker
- ◆ und/oder 1 TL Zimt

ZUBEREITUNG

Zunächst die Datteln einweichen: Dazu in einer Schüssel vollständig mit Wasser bedecken und zugedeckt etwa 1 Stunde ruhen lassen. In der Zwischenzeit die Nüsse ohne Fettzugabe in einer Pfanne rösten. Die Hitze dabei niedrig dosieren und die Nüsse immer wieder durchrühren. Sie sollen leicht Farbe annehmen, aber nicht verbrennen. Haselnüsse verlieren beim Rösten für gewöhnlich ihre dunkle Haut. Diese nach Möglichkeit entfernen. Die fertig gerösteten Nüsse überkühlen lassen, danach in einem Mixer fein zerkleinern. Als Nächstes die eingeweichten Datteln und 50 ml des Einweichwassers hinzugeben. Das gewählte Öl und, falls gewünscht, Vanillezucker und Zimt ergänzen. Nun alle Zutaten zu einer glatten Creme pürieren und in Gläser abfüllen.



MACH'S NOCH WERTVOLLER: Ein Frischekick und ein Extra an Ballaststoffen und Vitaminen auf dem Teller kommt beispielweise von saisonalem Obst!



MACH'S NOCH WERTVOLLER: Neben einem attraktiven Deko-Effekt liefern Sprossen oder Gemüsestückchen ein Extra an Ballaststoffen, Vitaminen und Spurenelementen!

Erfrischend anders, weil regional

SELBST GEMACHTE ERBSEN-GUACAMOLE

ZUTATEN FÜR 10 PORTIONEN:

- ◆ 300 g grüne Erbsen (tiefgekühlt oder frisch)
- ◆ 4-5 EL natives Olivenöl
- ◆ 1-2 Bio-Limetten (Saft und Abrieb)
- ◆ Salz
- ◆ Pfeffer

je nach persönlichem Geschmack:

- ◆ 1 EL Sesammus (Tahini)
- ◆ 1 kleine Tomate (entkernt und gewürfelt)
- ◆ 1 fein gehackte Knoblauchzehe
- ◆ ½-1 TL gemahlener Kreuzkümmel
- ◆ ½ Bund Koriander, Basilikum oder Petersilie

ZUBEREITUNG

Die Erbsen in einem Topf und leicht mit Wasser bedeckt für etwa 3 Minuten kochen. Das Kochwasser abgießen, dabei etwas davon für später auffangen. Die Erbsen unmittelbar nach dem Kochen eiskalt abschrecken, so bleibt die lebendige Farbe schön erhalten. Nun in einem ersten Schritt die Erbsen und gegebenenfalls das Sesammus pürieren. In einem zweiten Schritt das Olivenöl nach und nach dazugießen und weiter pürieren, bis sich eine feine, sämige Textur ergibt. Zum Erreichen der gewünschten Konsistenz eventuell etwas Erbsen-Kochwasser unterrühren. Abgeschmeckt wird mit Salz, Pfeffer, wahlweise Kreuzkümmel und/oder Knoblauch. Zum Abschluss die Tomatenwürfel unterheben und mit frisch gehackten Kräutern garnieren.

„Ich sehe unsere Aktivitäten rund um den Haubis Bio-Sonnenigel als Investition in unsere Gemeinschaft. Als einen Wert voller Wertschätzung.“

HARALD AFFENGRUBER,
HAUBIS UNTERNEHMENSLEITER
MARKETING

Geteilte Freude

Frei nach dem Motto „gemeinsam mehr erreichen“ pflegen wir bei Haubis seit Jahren zwei ganz besondere Partnerschaften: die eine regional, mit den Caritas-Werkstätten in Loosdorf und Mank. Die andere überregional, mit der Kinderkrebshilfe WIEN-NÖ-BGLD. Zeit, für einen erfreulichen Rück- und Vorausblick!

DIE KINDERKREBSHILFE WIEN-NÖ-BGLD

Die Erfolgsgeschichte der Kinderkrebshilfe begann 1986 im St. Anna Kinderspital in Wien, mit einer spontanen Eltern-Initiative. Daraus entwickelte sich ein professionell organisierter Verein zur Unterstützung von krebskranken Kindern und Jugendlichen sowie ihrer Angehörigen. Und in Folge das Forschungsinstitut im St. Anna Kinderspital und die Österreichische Kinderkrebshilfe. Möglichkeiten, zusätzlich zum Kauf des HAUBIS BIO-SONNENIGELS aktiv zu werden, gibt es hier: www.kinderkrebshilfe.wien



Dass ein bewusst ausgewähltes Weckerl einen Beitrag zum Wohlbefinden von Kindern und Jugendlichen leisten kann, ist wenig überraschend. Doch der HAUBIS BIO-SONNENIGEL tut dies gleich in mehrfacher Hinsicht. Dank unserer seit 2007 bestehenden Kooperation mit der Kinderkrebshilfe und nicht zuletzt dank der tatkräftigen Unterstützung all jener, die dieses Weckerl backen und verkaufen bzw. kaufen und genießen! Nächstes Jahr feiert die wunderbar einfache Idee, 5 Cent pro verkauftem Weckerl als Spende denen zugute kommen zu lassen, die eine Extraportion Sonne im Leben vertragen können, bereits ihr 20-jähriges Jubiläum. Und die Gesamtspendensumme hält derzeit bei beeindruckenden 450.000 Euro. „Wenn unsere Partnerbetriebe im Handel und in der Gastronomie uns weiterhin so großartig unterstützen und wenn unser Bio-Sonnenigel weiterhin so beliebt bleibt, knacken wir nächstes Jahr die halbe Euromillion!“, gibt sich Harald Affengruber zuversichtlich.

Der HAUBIS Unternehmensleiter für Marketing erinnert sich noch gut an das allererste Treffen mit den Verantwortlichen der Kinderkrebshilfe. „Wir haben damals eine Spitalsstation besucht, was mich tief bewegt hat. Dass HAUBIS mit der Kinderkrebshilfe zusammenarbeiten würde, war für uns sofort beschlossene Sache. Das genaue Wie war dann das Ergebnis des Zusammenwirkens zahlreicher, engagierter Menschen.“ So wurde mit Unterstützung von Kurt Scherzer und Thomas Strmiska von „misfit b. music“ die Idee von SOL, dem Sonnenigel geboren – dem Maskottchen der Aktion samt eigenem Song und Animationsspot. Martin Holzmann von der HAUBIS Abteilung für Forschung & Entwicklung erfand das passende Weckerl für die Kooperation: mit geraspelten Karotten für eine saftige Krume und mit Sonnenblumenkernen für den gewissen Biss, extra aromatisch dank geröstetem Amarant und nussigem Sesam. Der Weg vom Mitfühlen zum Mithelfen war überraschend kurz und effizient. Harald Affengruber: „Das waren tatsächlich lauter Goldideen, die bis heute funktionieren. Der Einzel-Spendenbetrag von 5 Cent hört sich ja zunächst nach nicht besonders viel an. Langfristig ergibt sich daraus jedoch eine beachtliche Summe, mit der wir die Aktivitäten der Kinderkrebshilfe laufend unterstützen können.“



HAUBIS steht in vielerlei Hinsicht für Verantwortungsbewusstsein. Das Engagement im sozialen Bereich begleitet das Unternehmen seit seinen Anfängen.



STÄRKEN SEHEN, POTENZIALE FÖRDERN

Laufende Unterstützung – das ist auch das Stichwort für unsere zweite Partnerschaft, mit den Caritas-Werkstätten. Wobei die Unterstützung hier eine gegenseitige ist. So werden in der Caritas-Werkstatt in Mank jene Fähnchen hergestellt, mit denen die Besucherinnen und Besucher in der HAUBIS Broterlebniswelt ihr selbst gemachtes Gebäck kennzeichnen. Wer also schon einmal im HAUBIVERSUM ein Mohnflesslerl geflochten oder sich im HAUBIS Kinderbereich im Backen versucht hat, hatte bereits ein Werkstück der Caritas-Klientin Romana Karner in der Hand. Dazu Simone Blumauer, die unsere Broterlebniswelt leitet: „Romana ist für den gesamten Herstellungsprozess der Fähnchen verantwortlich. Sie verklebt die Fähnchen, zählt sie für uns ab und verpackt sie. Wir stellen der Werkstatt lediglich das Material zur Verfügung, den Rest erledigt Romana mit viel Genauigkeit und Ausdauer.“ HAUBIS bestellt in regelmäßigen Abständen und überschaubaren Stückzahlen nach – wobei bei Bedarf eine beeindruckende Zahl von tausend Fähnchen pro Woche gefertigt werden kann. Geliefert wird immer prompt und zuverlässig.

Aus der Werkstatt in Loosdorf kommt das zweite Produkt unserer erfreulichen Zusammenarbeit mit der Caritas. Wir haben einige Zeit nach einer Möglichkeit gesucht, unsere HAUBIVERSUM-Schürzen zu verwerten, nachdem sie in unserer Broterlebniswelt ausgedient haben. „Dann ist eine Mitarbeiterin auf uns zugekommen und hat eine Upcycling-Lösung vorgeschlagen. Man könne doch eine Schürze, die durchs viele Waschen verblasst ist oder mit der Zeit ein Loch oder einen Riss bekommen hat, noch immer in eine hübsche Tasche verwandeln“, erinnert sich Simone Blumauer. Gesagt, getan! Nach ein bisschen Herumprobieren in der Werkstatt, entstand ein Prototyp, bei dem das gesamte Taschenmaterial bis hin zu den Henkeln aus den Schürzen gewonnen werden kann. „Damit ist das zweite Leben für unsere Schürzen gesichert – in Form von Taschen mit Geschichte. Sie kommen beispielsweise bei unseren Geburtstagsfeiern in Hamsterhausen zum Einsatz.“ Genäht wird in Loosdorf übrigens von drei Betreuerinnen und Betreuern. Fünf Klientinnen und Klienten übernehmen unterstützende Aufgaben rund um den Fertigungsprozess – wie zum Beispiel die Verpackung. Für den Transport der Fähnchen nach Petzenkirchen werden bestehende Lieferfahrten für Brot und Gebäck genutzt. Ein Miteinander also, das sich rundum sehen lassen kann!

„Unsere Zusammenarbeit mit der Caritas ist nicht nur sinnvoll, sondern auch einfach und verlässlich. Von der Bestellung bis hin zur Lieferung.“

SIMONE BLUMAUER, LEITERIN DER HAUBIS
BROT & GEBÄCK

Aus gutem Grund

Wie kommt die Kartoffel aus der Erde bis ins Weckerl? Einen großen Anteil daran, dass die Knolle unsere Produkte mit Saftigkeit und feiner Krume veredelt, trägt Agrofresh. Im Norden Niederösterreichs werden die Knollen perfekt für die Verarbeitung vorbereitet.

„Das Klima und die Böden bei uns im Waldviertel ist perfekt für den Kartoffelanbau geeignet.“

FAMILIE ZOTTER,
KARTOFFELLIEFERANTEN
AUS SABATENREITH



Die Blätter werden langsam gelb und welk. Ein Zeichen dafür, dass das Kraut, das hier am Acker zu sehen ist, bald beginnt, zu vertrocknen. Und das ist ein gutes Zeichen, zumindest, wenn es um die Kartoffel geht. Denn dieser Zustand zeigt an, dass die Pflanze ihr Wachstum eingestellt hat, weil die Knollen unter der Erde bereit für die Ernte sind. Mit einem mächtigen Vollernter werden die Kartoffeln eingebracht. Dabei heben die Scharen der Maschine die Erde an und lösen so die Knollen aus dem Ackerboden. Über Förderbänder werden sie auf die Erntemaschine gefahren und noch hier am Feld von Erde, Steinen und Resten der Pflanze befreit. Das Ganze läuft schonend und vorsichtig ab, damit das wertvolle Erntegut möglichst keinen Schaden nimmt.

Je nach Kartoffelsorte und Witterungsbedingungen findet die Kartoffelernte irgendwann zwischen Spätsommer und Frühherbst statt. Erst in ein paar Jahren werden auf diesem Feld wieder Kartoffeln angebaut. Die Nachtschattengewächse gelten als „Starkzehrer“, verbrauchen also viele Nährstoffe aus dem Boden, weshalb die Einhaltung einer Fruchtfolge im Kartoffelanbau eine wichtige Rolle spielt.

Aus ganz Österreich kommen frisch geerntete Kartoffeln zu Agrofresh ins niederösterreichische Jagenbach bei Zwettl. Hier werden die Kartoffeln aufbereitet, sprich: sortiert, in rotierenden Trommeln aus Edelstahl mit hohem Wasserdruck abgesprüht, anschließend geschält, verpackt und gekocht. Und zwar in dieser Reihenfolge. „Vor dem Kochen werden die Kartoffeln in Kunststoff gebunden unter Vakuum verpackt“, erklärt Christoph Mautner von Agrofresh. Das Unternehmen liefert seit vielen Jahren beste Kartoffeln an HAUBIS. „Dabei geht es um die Haltbarkeit, denn verpackte Kartoffeln sind nicht nur einfacher zu handeln, das Verfahren ist auch hygienischer.“

Auf diese Art gekochte Kartoffeln sind bis zu 60 Tage haltbar – ohne Einsatz von Konservierungsmitteln. Beim Kochen im Beutel bleiben außerdem Geschmack und Nährstoffe der Kartoffel erhalten. So verpackt, machen sich die Kartoffeln auf die kurze Reise in unsere Produktion, wo sie gestampft und in Teige für Kartoffelprodukte eingearbeitet werden. Woher die Kartoffeln kommen, ist dabei stets nachvollziehbar. „Jede Charge, die bei uns angeliefert wird, tragen wir ins System ein und versehen sie mit einer Lotnummer“, sagt Mautner. „So können wir das Endprodukt bis zu den jeweiligen Landwirten transparent zurückverfolgen.“



Bereits am Feld werden die Kartoffeln händisch von letzten Stängeln und Grünzeug befreit.

Ein erster Check bei Agrofresh geschieht direkt nach der Anlieferung.

**Gewaschen, vakuumverpackt, schonend gekocht.**

So werden die Kartoffeln vorbereitet – und zwar in dieser Reihenfolge. Das erleichtert nicht nur das Handling, sondern wirkt sich auch positiv auf die Haltbarkeit aus.

Agria, Melody oder Bosco: So heißen die Kartoffelsorten, die für Haubis besonders gut geeignet sind, denn sie sind mehligkochend und haben einen besonders hohen Stärkegehalt. „Die Stärke bindet beim Backen viel Wasser und gibt diese dann langsam an das Gebäck ab – deshalb bleibt es tagelang frisch und saftig“, so Mautner. Die Sortenvielfalt hat sich im Lauf der Zeit erhöht, sagt er. „Früher war Ditta die Hauptsorte, durch die Veränderung der klimatischen Bedingungen sind aber andere Sorten dazugekommen.“ Die Veränderungen des Klimas wirken sich auf Größe und Wachstum der Knollen aus – und auch auf die Auswahl der Sorten. So entscheiden die Landwirte, welche für die jeweiligen Klimabedingungen am besten geeignet ist. Das unterscheidet sich regional deutlich. „Der Wassermangel ist dabei die größte Herausforderung für den Kartoffelanbau“, so Mautner, allen voran ist die Bewässerung eine kritische Größe. „Im Marchfeld und dem Burgenland gibt es Bewässerungsanlagen, im Waldviertel bisher nicht.“

Während bei Agrofresh die heurige Ernte gekocht und verpackt ausgeliefert wird, beginnt für die Landwirte die Planung der nächsten Erntesaison. Bereits im Herbst werden geeig-



nete Anbauflächen – Stichwort: Fruchtfolge – ausgewählt, gepflügt, geeggt und gedüngt. Zwischen April und Mai des neuen Jahres werden hier die Pflanzkartoffeln gesetzt. Die nächsten Wochen stehen ganz im Zeichen der Pflege und Bewässerung, bis sich, etwa drei bis vier Monate nach dem Setzen, die – je nach Sorte – weiß oder rosa gefärbten Blüten zeigen. Ein Zeichen dafür, dass die Pflanzen gut gedeihen und gesund sind. Und schon in wenigen Wochen bereit für die Ernte sind.



„Genau wie Haubis sind wir in Niederösterreich beheimatet. Das hat vor allem den großen Vorteil, dass es kurze Transportwege gibt.“

CHRISTOPH MAUTNER,
VERKAUFSVERANTWORTLICHER
BEI AGROFRESH

EINE KURZE GESCHICHTE DER KARTOFFEL

Kartoffel oder Erdapfel? Die einen – vor allem im Westen unseres Landes – sagen so, die anderen – im Osten und Süden – so. Worauf sich aber alle einigen können, ist, dass die Knolle eines unserer wichtigsten Nahrungsmittel ist.

Ihre Geschichte beginnt weit zurück und noch weiter entfernt: Ursprünglich stammt sie aus den Anden Südamerikas, wo sie bereits vor mehreren tausend Jahren angebaut wurde. Besonders für die Inka war die Kartoffel ein zentrales Grundnahrungsmittel, sie züchteten zahlreiche Sorten. Seit rund fünf Jahrhunderten ist sie auch in Europa bekannt und eroberte nach und nach Herzen und Mägen. Die spanischen Eroberer brachten sie mit nach Hause, zunächst wurde sie aber nicht als Nahrungsmittel, sondern exotische Zierpflanze in botanischen Gärten und an Adelshöfen kultiviert.

Anfangs war da eine gewisse Skepsis dem Nachtschattengewächs gegenüber. Die europäische Bevölkerung hielt es für giftig oder zumindest ungenießbar. Erst im 18. Jahrhundert nahm die Popularität Fahrt auf. Ausgerechnet Missernten und Hungersnöte ebneten ihr den Weg, denn jetzt konnte die Kartoffel mit ihren Vorteilen punkten: Sie zeigte, dass sie hohe Erträge liefern und auch in hohen Lagen angebaut werden kann und wenig empfindlich ist, wenn es um Witterungsbedingungen geht. Widerstandsfähig und vielseitig: Das waren die Eigenschaften, mit denen die Knolle schließlich alle überzeugte. Sie machte die Menschen satt, avancierte zur wichtigsten Nahrungsquelle quer durch alle Bevölkerungsschichten.

Eine riskante Beliebtheit, wie sich zeigen sollte: Die Kartoffelfäule führte Mitte des 19. Jahrhunderts in weiten Teilen Europas zu Ernteaussfällen und Hungersnöten. Auch wenn die Folgen in Österreich

vergleichsweise moderat ausfielen, machte diese Erfahrung deutlich, wie wichtig Vielfalt in der Landwirtschaft ist. Und dennoch: Bis heute ist die Kartoffel ein wichtiger Bestandteil unserer Küche und Teil regionaler Identität und Kultur. Und damit ist die Kartoffel wohl auch ein Beispiel für gelungene Integration.



Haubis Produkte mit Kartoffelanteil

Kartoffeln haben einen relativ hohen Stärkeanteil und können viel Flüssigkeit binden: Diese Eigenschaften sorgen dafür, dass Kartoffelflocken oder -stärke im Brotteig eine Bereicherung für Geschmack und Konsistenz sind. Sie sorgen für längere Frische, eine lockere, saftige Krume, verleihen dem Gebäck eine herrlich weiche Konsistenz und ein mildes Aroma.

Echt bodenständig: DAS HAUBIS KARTOFFELWURZERL

Dieses Weckerl hat es in sich: den idealen Kartoffelanteil, der für eine mild-feine Krume mit angenehmer Textur und Note sorgt. Dazu kommt die gedrehte Form, die ihm das Aussehen einer Wurzel gibt. Ein Gebäck, das genauso zu Herzhaftem wie Speck oder Käse passt wie zu fruchtiger Marmelade. Und uns außerdem daran erinnert, dass das Gute meistens ganz nah liegt.

Eine runde Sache: DER HAUBIS KARTOFFELRING

Manche sagen, er ist die österreichische Antwort auf den Bagel: Seine kreisrunde Form ist unverwechselbar, genau wie sein aromatischer Geschmack mit der herrlichen Kartoffelnote. Innen ist der Kartoffelring saftig, außen überzeugt er mit einer rustikalen Kruste, wodurch er jede Jause – egal ob süß oder herzhaft – elegant und mit dem genau richtigen Biss abrundet.



Brot & Gebäck

Käse

Wurst

Eine für alle

Dass Loosdorf diesen Markt hat, ist ein großes Glück. Für die Menschen, die hier leben – aber auch für Maria Fischer, die als Nah&Frisch-Kauffrau darauf schaut, dass ihre Kundschaft mit besten regionalen Lebensmitteln versorgt ist.



Es war eine echte „Zitterpartie“. Nachdem die Supermarktkette Unimarkt ihre Märkte in ganz Österreich geschlossen hatte, war nicht klar, wie es für den Standort in Loosdorf weitergehen würde. Maria Fischer war bis zu diesem Zeitpunkt als Kauffrau mit ihrer Unimarkt-Filiale ein wichtiger Bestandteil der Nahversorgung in Loosdorf. Und so war die Erleichterung riesengroß, als schließlich klar war, dass sie als selbstständige Kauffrau den Nah&Frisch-Markt im gleichen Gebäude weiterführen würde. Seit März leitet sie ihre Filiale mit viel Engagement und Herzblut.

Der Lebensmitteleinzelhandel ist für Maria Fischer schon immer ihre berufliche Heimat gewesen. Mit 16 Jahren absolvierte sie eine zweijährige Fachschule und startete ihre Laufbahn in einer Fleischerei in Loosdorf. „Dort bin ich bis 2003 geblieben“, sagt sie, „mit drei Unterbrechungen für drei Kinder.“ Im Unimarkt begann sie als Verkäuferin in der Feinkost, wurde Abteilungsleiterin und übernahm 2016 den Markt als Franchisepartnerin. Umso glücklicher macht es sie, dass nach zehn Jahren nicht das „Aus“ auf dem Plan stand, sondern der Neustart mit Nah&Frisch im März 2026. „Ich bin also wieder da“, sagt sie und fügt lachend hinzu: „Wobei: Ich war eigentlich nie weg.“

„Unsere Kundinnen und Kunden sind es gewohnt, dass sie bei uns qualitativ hochwertiges Gebäck bekommen.“

MARIA FISCHER





Gemeinsam für bestes Gebäck: Vom zuständigen Gebietsverkaufsleiter Wolfgang Huber bis zur Filialmitarbeiterin sind alle gemeinsam am Werk, um Loosdorf mit frisch gebackenen Semmeln zu versorgen.



Gemeinsam mit ihren neun Mitarbeitenden versorgt sie das westliche Ende von Loosdorf. Dass es in diesem Ortsteil einen Nahversorger gibt, empfinden nicht nur sie und ihr Team, sondern auch die rund 3.000 Einwohnenden von Loosdorf als echten Gewinn. Sie selbst ist ganz in der Nähe, in Roggendorf, aufgewachsen und in Loosdorf in die Schule gegangen. „Ich habe mein ganzes Leben hier verbracht“, sagt sie. Mit ihrer Familie wohnt sie in Albrechtsberg an der Pielach. Und so kennt sie auch die meisten der Menschen, die bei ihr zum Einkaufen kommen. „Wir alle, auch meine Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind in der Region verwurzelt“, sagt sie. „Man kennt sich einfach. Das macht das Einkaufen bei uns zu etwas ganz Besonderem.“

Frisches Gebäck auf Vorrat: Auch eine Auswahl an vorgebackenen Produkten – auch glutenfreie – gibt es in Maria Fischers Markt. In wenigen Minuten werden sie nach Bedarf zu Hause fertig gebacken.



Was ihren Markt auch besonders macht: die Regionalität der Lebensmittel im Sortiment. Darüber entscheidet sie als selbstständige Kauffrau selbst und lässt sich dabei auch von ihren Kunden und Kundinnen inspirieren. Sie versucht, auf spezielle Wünsche einzugehen und Produkte zu beschaffen, die konkret nachgefragt werden. Aber auch ihre Mitarbeitenden haben immer wieder Ideen, was man ins Sortiment aufnehmen könnte – vor allem von Erzeugern aus der Region. „Das macht das Einkaufserlebnis bei uns so persönlich“, freut sich Maria Fischer.

Nicht wegzudenken aus dem Sortiment sind für die Kauffrau die HAUBIS Produkte. „Das Sortiment ist einfach toll – und unsere Kundinnen und Kunden sind es gewohnt, dass sie bei uns qualitativ hochwertiges Gebäck bekommen.“ Von Semmeln über Salzstangerln und Wachauer bis zu einer ganzen Reihe von Brotsorten gibt es hier fast alles, was HAUBIS zu bieten hat. „Die Auswahl ist riesig!“

Zu wissen, dass die Backwaren nur ein paar Kilometer entfernt hergestellt werden und dort Menschen arbeiten, die man kennt, macht für sie einen wichtigen Unterschied. „Dadurch, dass wir zwei Backöfen haben, können wir täglich frisches Gebäck anbieten“, sagt die Kauffrau. „Auch nachbacken ist jederzeit möglich. So können wir auf spezielle Kundenwünsche auch sofort reagieren.“ An der Feinkost wird das Gebäck frisch gebacken und auf Wunsch belegt; aus dem Selbstbedienungsregal können die Kundinnen und Kunden die Backwaren mit der Zange selbst entnehmen. Produkte, die in Aktion sind, stehen bereits fertig in Sackerln abgepackt zur Verfügung, sodass sie im Vorbeigehen mitgenommen werden können.

Das Familiäre ist ein hoher Wert, den ihr Betrieb mit HAUBIS verbindet. Da wie dort merkt man, so Maria Fischer, dass der Umgang miteinander nicht anonym, sondern ganz persönlich und nah ist. „Genau wie HAUBIS leben wir noch das echte Miteinander. Jede und jeder, die oder der hier arbeitet oder einkauft, hat für uns einen Namen und keine Nummer.“ In der Zeit, als die Zukunft des Marktes unsicher war, waren die Menschen in Sorge um die Nahversorgung im Ort. Maria Fischer würde sich wünschen, dass es nicht erst eine drohende Schließung braucht, um die Menschen zum Umdenken zu bewegen. „Kleine Märkte wie wir können nur überleben, wenn Menschen auch bei uns einkaufen.“ Denn das lohnt sich – allein schon wegen des mit Sorgfalt und mit viel Liebe ausgewählten Sortiments.



Mähen und mähen lassen

Seit Mai 2026 macht der Haubiversum Hügel nicht nur durch den markanten Schriftzug auf sich aufmerksam. Im näheren und weiteren Umfeld der elf Buchstaben hat eine Herde Schafe ihr Sommerquartier gefunden. Ihre Anwesenheit macht auf vielen Ebenen Freude – und ergibt rundum Sinn!

Er ist neben dem Ährenturm eines der wichtigsten Wahrzeichen auf dem Haubiversum Gelände: der Haubiversum Hügel. Ihn landschaftlich zu pflegen – sprich vor unerwünschtem Bewuchs und damit vor Verwilderung zu bewahren –, war bis dato mit einem nicht unbeträchtlichen Aufwand von Menschenhand verbunden. Entsprechend schwebte uns schon lange vor, ihn nach der Tradition der Almwirtschaft von Tieren beweiden zu lassen. Nun haben wir in der Familie Graf aus Krottenthal und ihren Schafen ideale Kooperationspartner gefunden. Kaum war die Temperatur angemessen und das Futterangebot ausreichend, haben ein Leitschaf und 14 Jungschafe den Haubiversum Hügel für sich erobert. Seitdem sorgen sie in jeweils wechselnden Arealen für die wahrscheinlich natürlichste Form des Mähens. Dabei organisieren sich die Tiere komplett selbst. Alles, was wir ihnen zur Verfügung stellen, ist ein Unterstand, den sie zusätzlich zu den ohnehin vorhandenen Bäumen für sich nutzen können, ein Begrenzungszaun, ausreichend frisches Trinkwasser – und der tägliche Besuch durch unseren HAUBIS Hirten. Dieser sorgt mit viel Engagement und Wissen um das Wohlbefinden der wolligen Wiederkäuer. Zufüttern muss er dabei nicht. Der Haubiversum Hügel bietet ausreichend frisches, völlig unbehandeltes Gras.



Mit einem Streichelzoo haben unsere neuen Arbeitskolleginnen übrigens nicht das Geringste zu tun. Sie schätzen es sehr, wenn man sie in Ruhe grasen lässt. Allerdings haben sie nichts gegen Beobachtungen aus einem gebührenden Abstand, etwa von der Haubiversum Terrasse aus. Allein zu sehen, wie sich die Tiere im Laufe des Tages gemächlich von A nach B bewegen und wie das Leitschaf die Jungtiere anführt, ist ein pures Naturerlebnis mit einer äußerst entspannenden und entschleunigenden Wirkung. Und sei hiermit nicht nur Kindern, sondern auch Erwachsenen wärmstens empfohlen. Zu beobachten ist unsere Mäh-Truppe noch bis weit in den Herbst hinein. Und der nächste Frühling kommt ja bekanntlich bestimmt ...

„Sich auf das Ursprüngliche zu besinnen, kann überraschend und innovativ sein. Die Haubis Schafherde ist ein sympathischer Beweis dafür.“

JOHANNES HEILOS, HAUBIS UNTERNEHMENSLEITER
BESCHAFFUNG & GEBÄUDE



Hoch hinaus!

Alle rundum zufrieden: Nicht nur die Mitarbeitenden, auch die Besuchenden zeigten sich vom neuen HAUBIS Messestand restlos begeistert.

Mit viel Liebe zum Detail entstand der neue Haubis Messestand, der vom 7. bis 11. November auf der Messe „Alles für den Gast“ in Salzburg zu bewundern – und natürlich zu besuchen – ist. Der Plan bei der Entwicklung des Messestandes war: mehr Raum für den persönlichen Kontakt zu unseren Kundinnen und Kunden. Ein Plan, der voll aufgegangen ist.



Es ist der Hotspot für die Gastronomie und Hotellerie in Österreich. Jedes Jahr trifft sich auf der „Alles für den Gast“ die Szene. Sie gilt als Leitmesse für die ganze Branche, bis zu 36.000 Fachbesuchende tummeln sich an vier Tagen am Salzburger Messegelände um die Stände von rund 700 Ausstellenden. Und HAUBIS? Ist mittendrin. Und das an einem neuen Messestand, der den bisherigen übertrifft – wortwörtlich. Er hat nämlich, was den anderen fehlt: einen ersten Stock.

Die Idee dazu schlummerte schon eine ganze Weile im Kopf von Stefan Scheuchelbauer, der als Marketing-Experte die Messebesuche von HAUBIS seit vielen Jahren plant und betreut. Seine Beobachtungen der Abläufe am Messestand und die Tatsache, dass die Messefläche begrenzt ist, brachte ihn auf einen Gedanken: Man könne doch in die Höhe bauen! Ein erster Stock mit Raum für intensive Gespräche mit Kundinnen und Kunden – in aller Ruhe, mit ausreichend Platz, bequemen Sitzmöglichkeiten und weit oben über dem Rumoren der Messe. Ein Rückzugsort im Trubel sollte entstehen. Die ersten Ideen wurden auf ein Blatt Papier gescribbelt und landeten (wie so viele gute Ideen) erst einmal in der Schublade.

Was den Messestand außergewöhnlich macht: der erste Stock. Er bietet Raum für Rückzug und die Möglichkeit, Gespräche in Ruhe und abseits des Messetrubels zu führen.



Die Gestaltung des Messestandes orientierte sich an den HAUBIS Filialen – viel Holz, gemütliche Sitzgelegenheiten und natürlich bestes Gebäck.



„Viel Holz, hell, einladend – das war beim Design des Messestandes besonders wichtig.“

JOHANNES SCHERR, PRODUKTDISEIGNER

Schließlich gab es einen funktionierenden Messestand, der Jahr für Jahr im Einsatz war und gute Dienste leistete. Und so wartete die Idee bis 2025, als entschieden wurde: Jetzt gehen wir's an. Der Messestand, so die Vision, sollte zum Look-and-Feel in die HAUBIS Welt passen. Ganz im Stil der Filialen sollte er Gemütlichkeit ausstrahlen und mit Freundlichkeit signalisieren, dass hier alle willkommen sind. Das war der klare Auftrag an Designer Johannes Scherr. Für den Entwurf warf er nicht nur einen Seitenblick auf andere Messestände, sondern dachte auch viel über Materialien und Machbarkeit nach.

So entstand der Plan für einen Messestand aus viel Holz, mit einem oberen Stock, der eine 50 m² große Lounge beherbergt. Platz genug, um in Ruhe fünf Gespräche gleichzeitig zu führen, in angenehmer Atmosphäre. Mit Hochtischen und Hockern, die im unteren Bereich für kürzere, lockere Gespräche einladen, und einem integrierten Backshop, wo mit den gleichen Fliesen gearbeitet wurde wie in den HAUBIS Filialen. Sogar Pflanzen wurden im oberen Stockwerk eingepflanzt, um das Ambiente abzurunden.

Umgesetzt wurden die Ideen von der Firma Krumböck, nur eine halbe Autostunde von der HAUBIS Zentrale entfernt. Ein Goldgriff, wie sich herausstellen sollte – die Zusammenarbeit verlief wie am Schnürchen, und der Messestand wurde so realisiert, wie es von Anfang an geplant war. Von der rudimentären Skizze über den professionellen Entwurf bis zum echten Messestand wurde die Vision Wirklichkeit.

Gemeinsam auf dem Weg zum besten Ergebnis: Stefan Scheuchelbauer (li.), HAUBIS Marketing, in der Feinabstimmung mit Gerhard Bach-Gutleder (re.), Tischlermeister bei Krumböck.

AUS DER SCHUBLADE IN DIE MESSEHALLE

Schon eine Woche vor Messebeginn wird mit dem Aufbau des aufwendigen Standes begonnen. Die Teile umfassen mehrere Lkw-Ladungen, 15 Personen arbeiten eine ganze Arbeitswoche daran, den Stand vor Ort aufzubauen. Ein großer Aufwand, verglichen mit dem vorherigen, modularen System-Messestand. Aber einer, der sich lohnt. Der Messestand spiegelt genau das wider, wofür HAUBIS steht: hohe Qualität. Was den Stand aber erst komplett macht, sind die Menschen, die ihn beleben. Kundenbetreuer und -betreuerinnen, Lehrlinge, die am Backpult (dem augenscheinlichen Zentrum des Standes) frisches Brot und Gebäck backen, Pizza und Pinsa veredeln, Mitarbeitende aus der Gastronomie, die darauf achten, dass sowohl Besucher als auch Kundenbetreuer bestens mit Wasser, Kaffee und einem Gläschen Prosecco versorgt sind, ein eigener Barista, der vermutlich den besten Kaffee der Messe zubereitet. All das sorgt dafür, dass die Kollegen und Kolleginnen aus dem Verkauf sich auf das konzentrieren können, worauf es bei einer Messe ankommt: Gespräche zu führen.





„Für unsere Marke ist es ein starkes Zeichen, sich so zu präsentieren.“

ERNST GRABNER,
HAUBIS VERKAUFSLEITER
ÖSTERREICH



Ernst Grabner hat einen großen Erfahrungsschatz, wenn es um Messen geht. Ein Stand wie dieser? Das ist auch für den HAUBIS Verkaufsleiter sensationell. „Allein die Option der zweiten Ebene ist einfach großartig“, freut sich Grabner, der schon letztes Jahr auf der „Alles für den Gast“ Erfahrungen mit dem neuen Messestand sammeln konnte. „Das Beste für mich und das Verkaufsteam ist, dass trotz kurzer Wege für alles Raum ist: Lagerung, Veredelung, Backen.“ Ein absoluter Game-Changer ist aber auch aus seiner Sicht der erste Stock. „Auf einer Messe ist immer ein irr sinniger Trubel, es ist laut und stressig. In der Lounge oben ist es aber absolut entspannt. Wir konnten gute Gespräche führen, mit Neukunden wie mit bestehenden Kunden, und auch richtig gut netzwerken.“

Die Investition in den neuen Messestand hat sich aus seiner Sicht eindeutig gelohnt. „Für unsere Marke ist es ein starkes Zeichen, sich so zu präsentieren.“ Der HAUBIS Messestand hat also Signalwirkung. Und ist auch ein Bekenntnis an die Messe selbst. Denn hier dreht sich alles um die Gastronomie und Hotellerie – und diese lebt von echten Kontakten, von Gastfreundschaft, von persönlichem Austausch, von Emotionen und guten Gesprächen. Für all das ist hier Platz. Einen einzigen Abstrich in Sachen Perfektion hat Ernst Grabner mit einem Augenzwinkern dann doch noch anzumerken: „Der Stand ist derart gemütlich ... manche Besucher wollen gar nicht mehr gehen.“



HAUBIS BEI „ALLES FÜR DEN GAST“

Besuchen Sie uns am neuen Messestand!

7. bis 10. November 2026
Messe Gelände Salzburg
Halle 10
Standnummer 0642

Unser Produkthighlight auf der Messe:

Wir präsentieren das HAUBIS PROTEIN-WUNDER und unser neues DINKEL-WURZELBROT. Im Gastro-Bereich stellen wir MINI-MUFFINS und MINI-KRAPFEN vor. Und auch im Snack-Bereich gibt es Neues: HÜHNERBAGUETTE und HÜHNERPIZZA.

HAUBIS FAMILIENALBUM

Martin Rabe

.....

Key Account Management

*... betreut bei HAUBIS größere Kunden
aus Handel und Systemgastronomie*

*... steckt mit seiner guten Laune seine
Kolleginnen und Kollegen an*

... gehört seit 2015 zur HAUBIS Familie

*... fährt in seiner Freizeit als Rettungs-
sanitäter ehrenamtlich „blau“ in Linz*

*... hat berufsbegleitend ein Studium absolviert
und darf sich seit Kurzem „Master“ nennen*

*... reist mindestens drei Mal im Jahr
nach Frankreich – seinem liebsten
Reiseziel*

*... liebt „seine“ Kunden, den langjährigen Kontakt
und das gegenseitige Vertrauen*

*... findet, dass die HAUBIS
Croissantvielfalt locker mit jener
in Frankreich mithalten kann*

*... hat stets ein offenes Ohr und immer
ein motivierendes Wort parat*

*... genießt sein Butterbrot mit Radieschen
und einer Prise Salz*

