



Butterbrot

Die Zeitschrift
für Brotgenießer

Nr. 4



Knusprige
Kostbarkeit

SEITE 8
ERSTKLASSIGER BIO-SAFRAN
AUS DER WACHAU
.....

SEITE 16
GEMEINSAM IM
BIOHOTEL RUPERTUS
.....

SEITE 18
VON HAUBIS UND DER
NACHHALTIGKEIT
.....

Editorial



GRÜSS GOTT AUS PETZENKIRCHEN!

In einer Zeit, in der wenig läuft, wie wir es gewohnt sind, kann man grundsätzlich zwei Dinge tun: Man kann den Kopf in den Sand stecken, den Sturm vorüberziehen lassen und danach weitermachen wie vorher. Soweit es die „neue Normalität“ erlaubt. Oder man entscheidet sich bewusst für das Gegenteil.

In unserer Familie hat es Tradition, die Augen und Ohren jederzeit offen zu halten. Der Gedanke, dass eine Möglichkeit zur Weiterentwicklung unerkannt bleiben könnte, war schon für meinen Großvater und meinen Vater unerträglich. In ihrer aktiven Zeit im Unternehmen haben sie nicht selten einen Weg eingeschlagen, dem erst mal wenige folgen konnten. Um später festzustellen, dass es genau der richtige war.

Damals wie heute lassen wir uns nicht nur von Kopfentscheidungen leiten. Auch wenn die Zahlenwahrheit natürlich ihre Berechtigung hat. Umso mehr, wenn man die Verantwortung für ein großes Team trägt. Wir fragen auch unser Bauchgefühl! Es hat uns schon oft gewagte Entscheidungen treffen lassen, für die wir später belohnt wurden. Nicht immer, aber so beständig, dass sich der bewiesene Mut absolut ausgezahlt hat.

Dieser Mut zur Vision findet sich naturgemäß in unserem Netzwerk wieder. Mit Unternehmern wie dem „Schokoladekönig“ Josef Zotter oder der Hoteliersfamilie Blumenkamp-Herzog schauen wir mittlerweile seit Jahrzehnten gemeinsam über den Tellerrand. Und laufend kommen neue Menschen dazu, die die Ideale von HAUBIS teilen. Wie der Wachauer Safranpionier Bernhard Kaar oder Ernst Gugler mit seiner Druckerei in Melk. Schön, dass man so viel Tatkraft direkt in der Region findet!

Diese – übrigens zu 100 % klimaneutral gedruckte – Ausgabe feiert somit die Freude am Leben abseits ausgetretener Pfade.

Lassen Sie sich im positivsten Sinne des Wortes anstecken!

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

Layout und Gestaltung: Matthias Kronfuß

Fotos: Haubis, Sonja Priller, Stefan Knittel, Zotter-Schokolade/Heinz Tesarek, Wachauer Safran/Kaar/Zacheres/Ilgner, Gugler/Rita Newman, Bio-Hotel Rupertus/Heldentheater

Lektorat: ASI GmbH

Produktion: Gugler GmbH



3 WARUM OHNE DEN MUT ZUR VISION NICHTS WEITERGEHT

Das neue HAUBIS SCHOKO-SAFRANCROISSANT basiert auf den individuellen Stärken von gleich drei österreichischen Familienunternehmen.



14 WARUM ÖKONOMIE UND ÖKOLOGIE ZUSAMMENGEHÖREN

Der Preis kann nicht der einzige Parameter für einen Auftrag sein. In einer umkämpften Branche zeigt die Druckerei gugler* Alternativen auf.



12 WARUM WIR STOLZ AUF UNSEREN NEUEN KATALOG SIND

Statt einer reinen Auflistung unserer Produktvielfalt präsentieren unsere „Empfehlungen für die Gastronomie“ die ganze Welt von HAUBIS.



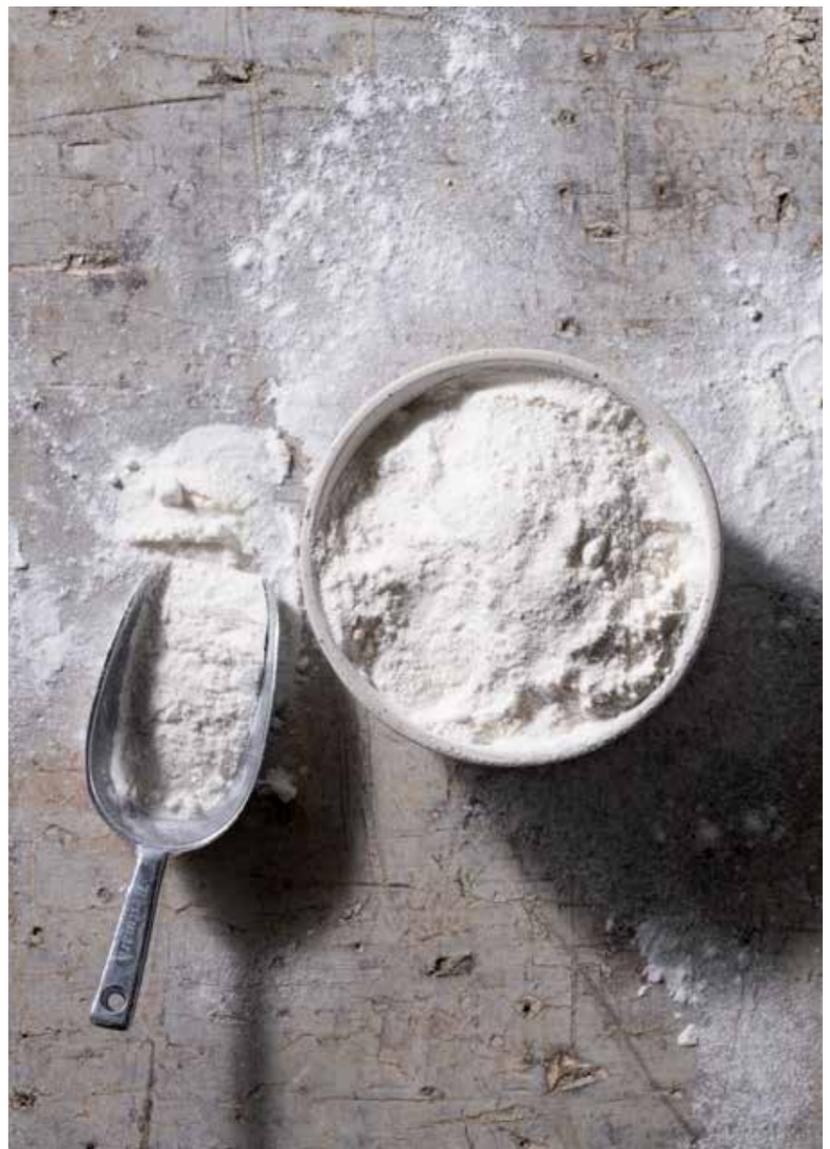
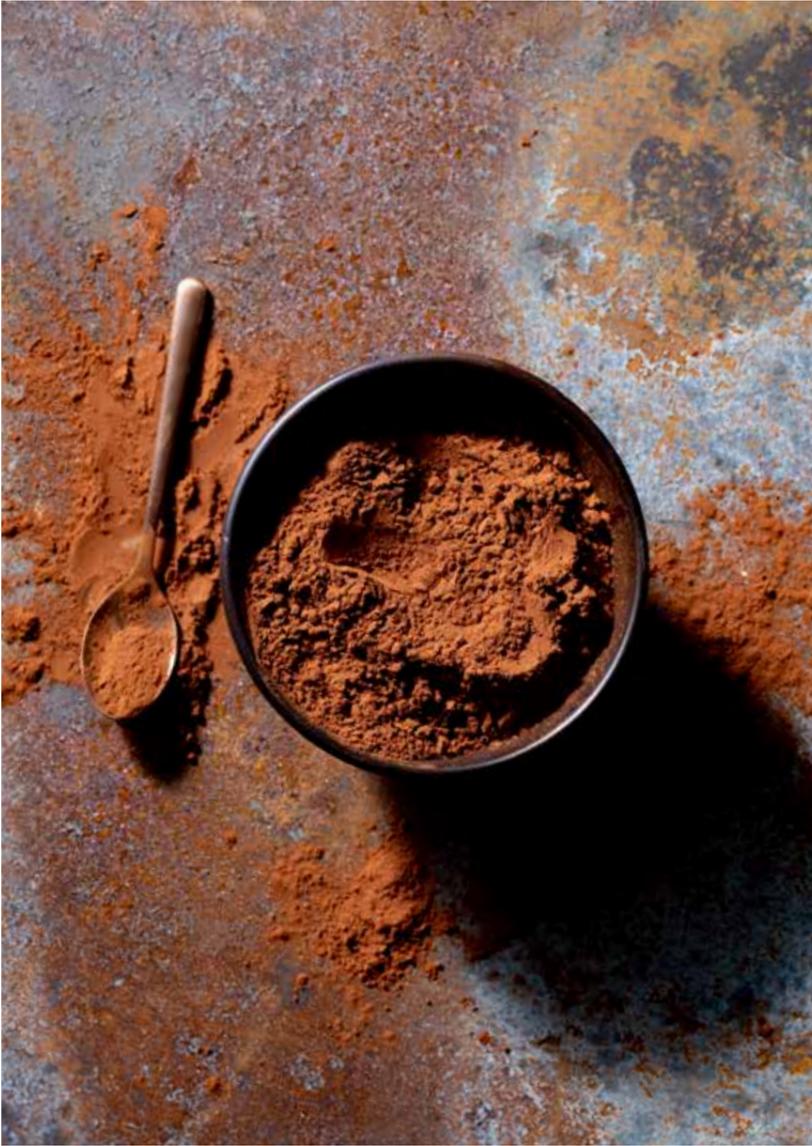
16 WARUM BIO-BEGEISTERUNG SO GUT IN DIESE WELT PASST

Im ****Biohotel RUPERTUS in Leogang erleben Gäste die wohltuende Kombination aus Natürlichkeit und höchsten Ansprüchen.



Die Wirtschaft von morgen – schon heute!

Als Anton Haubenberger die Idee für ein unvergleichliches Nougat-croissant hatte, war klar, wer für die Hülle sorgen würde. Die Fülle sollte jemand liefern, der ideologisch voll und ganz zu Haubis passt. Damit war der Weg zu Josef Zotter vorgezeichnet.



„Unser Erfolg hängt stark mit der Ethik zusammen, die wir über alle unsere Entscheidungen stellen.“

ANTON HAUBENBERGER, HAUBIS

Schnell hat sich das HAUBIS NOUGATCROISSANT mit Zotter Nougat zu einem wahren Erfolgsprodukt entwickelt. Wir haben die beiden Macher an einem virtuellen Tisch versammelt. Zum Philosophieren über ein neues Bedürfnis nach Sicherheit, gesteigertes Qualitäts- und Preisbewusstsein und eine vielversprechende Richtung für die Wirtschaft.

Anton Haubenberger: Sag mal, Josef, wie lange arbeiten wir jetzt schon zusammen?

Josef Zotter: Gefühlt sind es 15 Jahre. Es ist übrigens immer ein gutes Zeichen, wenn ich das nicht ganz genau weiß. Das bedeutet nämlich, dass unsere Zusammenarbeit unkompliziert ist. Ich weiß noch, wie mich das damals bei euch überrascht hat.

Anton Haubenberger: Tatsächlich? Dabei ticken wir Familienbetriebe doch ohnehin alle ähnlich.

Josef Zotter: Trotzdem hatte ich am Anfang unserer Nougatcroissant-Geschichte Bedenken. Ob das mit dem Sackerl klappt, von wegen Bio-Anspruch. Ich wusste ja noch nicht, wie ihr die Dinge auf den Boden bringen könnt.

Anton Haubenberger: Du meinst, wie konsequent wir in unseren Umsetzungen sind? Da gibt's für uns keine Kompromisse. Wir machen nur das, wovon wir überzeugt sind. Und das am liebsten langfristig. Trends sind spannend, aber die kommen und gehen. Reizvoll ist, selbst eine Richtung vorzugeben, die dann irgendwann ein selbstverständlicher Standard wird.

Josef Zotter: Brot hat ja gerade eine unglaubliche Renaissance. Allein die Menschen, die begonnen haben, zu Hause zu backen. Wer dafür ordentliche Rohstoffe einkauft, fragt sich früher oder später automatisch, wie eine Semmel für 30 Cent möglich ist.

Anton Haubenberger: Ein neues Preisbewusstsein bringt das Selberbacken bestimmt. Aber auch ein Gefühl dafür, was ein sorgsam gepflegter Natursauerteig ist. Wir sind ja laufend am Erweitern unseres Natursauer-Angebots. Darin steckt ein Riesenpotenzial.

Josef Zotter: Und genau die Ehrlichkeit, die die Leute heute suchen. Mir ist aufgefallen, dass die Leute, die jetzt zu uns in den Shop kommen, ganz anders drauf sind als früher. Sie wählen behutsamer, schauen besser hin, kaufen gezielter.

Anton Haubenberger: Ich bin überzeugt, dass die Wertschätzung gestiegen ist für Lebensmittel, die eine Geschichte erzählen. Von denen man weiß, wo sie herkommen. Das Bedürfnis nach Sicherheit ist in den letzten Monaten allgemein gewachsen. Darum werden wir auch nicht müde zu erzählen, was in unseren Produkten steckt.

Josef Zotter: Und das Beste ist: Die Botschaft kommt mehr und mehr an. Wir haben mit unserem „Bean-to-Bar“, also „von der Kakaobohne bis zur Schokoladentafel“ ein Bewusstsein für einen transparenten Produktionsprozess geschaffen.

Anton Haubenberger: Genau wie wir mit unserem „100% Getreide und Mehl aus Österreich“. Euch ist nicht egal, was eure Kakaobauern für ihre Arbeit bezahlt bekommen und wir schauen auf einen fairen Preis für unsere Rohstofflieferanten. Außerdem achten wir auf Transparenz. Die Rückverfolgbarkeit wird immer wichtiger.

Josef Zotter: Apropos, wie geht's euch mit eurer Erlebniswelt?

Anton Haubenberger: Fürs HAUBIVERSUM hat das erste Corona-Jahr ein Umdenken gebracht. Früher haben wir uns stark an den Besucherzahlen gemessen. Mit der Zotter Erlebniswelt als Vorbild. An die Hunderttausendermarken oder sie sogar überschreiten. Mit etwas Abstand betrachtet, wird uns auch die Hälfte zufrieden machen. Dafür wollen wir noch mehr bieten und noch mehr Begeisterung wecken. Vor allem die Aktivitäten für Kinder sollen deutlich ausgebaut werden. Unser genialer Spielplatz ist da erst der Anfang.

Josef Zotter: Outdoor ist momentan sowieso der beste Plan. Unser Essbarer Tiergarten bringt uns derzeit extrem viel Zulauf. Und für die Verkostungen haben wir – Hygiene verpflichtet – neuerdings einen Roboterarm installiert.

Anton Haubenberger: Verteilt der auch deine berühmte Mehlwurmschokolade?

Josef Zotter: Die war natürlich in erster Linie Provokation. Niemand braucht eine Würmerschokolade. Aber die Diskussion, die dahintersteckt. Und ein intensives Nachdenken darüber, wie unsere Wirtschaft in Zukunft ausschauen soll. Eigentlich mache ich ja lieber schöne Produkte, die schön verpackt sind.

Anton Haubenberger: Zum Beispiel in unseren handtourierten Plunderteig?

Josef Zotter (lacht): Du sagst es!

„Es ist nach wie vor eine Freude, mit einem österreichischen Produzenten zu arbeiten, der eine ähnliche DNA hat wie wir.“

JOSEF ZOTTER, ZOTTER SCHOKOLADE GMBH



**Das Croissant, mit dem
alles begann:**

Das HAUBIS NOUGATCROISSANT mit Bio-Nougat von Zotter war und ist ein gemeinsamer Geniestreich.



Familienzuwachs!

HAUBIS SCHOKO-SAFRANCROISSANT

Unsere Zusammenarbeit mit dem steirischen Chocolatier Josef Zotter ist in jeder Beziehung nachhaltig. Seit mehr als einem Jahrzehnt beziehen wir den erstklassigen Bio-Nougat für unser HAUBIS NOUGATCROISSANT aus seinem Familienunternehmen in Riegersburg. Zur Feier dieses Jubiläums wollten wir dieses außergewöhnliche Croissant in guter Gesellschaft wissen und haben ihm nach reiflichen Überlegungen und ausgiebigen Verkostungen ein zweites zur Seite gestellt. Das HAUBIS SCHOKO-SAFRANCROISSANT.

Dazu unser Produktentwicklungsexperte Roman Kronberger: „Von Anfang an war klar, dass das neue Croissant wieder etwas ganz Besonderes werden sollte. Unser Leitthema war Feiern und Genießen, und der Gedankensprung zum Safran ein ganz natürlicher.“ Das sprichwörtlich kostbarste Gewürz der Welt unterstreicht die Aromen des zarten Plunderteigs, der feinen Bio-Schokolade und der nussigen Pistazien.

Nicht minder bemerkenswert ist die Bezugsquelle des Safrans. „Wir bekommen ihn regional, vom Bio-Safranbauern Bernhard Kaar aus Dürnstein“, freut sich Roman Kronberger. „Wir hatten schon lange ein Auge auf dieses innovative Familienunternehmen. Nun ergab sich endlich die Gelegenheit für eine erste Zusammenarbeit.“ Wobei der Beitrag der Wachauer Safranmanufaktur über die reine Rohstofflieferung hinausreicht. Als ebenso erfahrener Produktentwickler mischte Bernhard Kaar bei der Entwicklung der Rezeptur für die Croissantfüllung maßgeblich mit.

„Generell kann man sagen, dass Safran die vorhandenen Aromen voller, runder und ausgewogener wirken lässt.“

ROMAN KRONBERGER, HAUBIS PRODUKTENTWICKLUNG

Die neue Verführung für Anspruchsvolle:

vorgegarte HAUBIS SCHOKO-SAFRANCROISSANTS, bereit für ihre Vollendung im Ofen

„Der geschmackliche Charakter von Safran lässt sich schwer beschreiben“, erklärt der Safranpionier. „Generell kann man sagen, dass Safran die vorhandenen Aromen voller, runder und ausgewogener wirken lässt. Gleichzeitig ändert er aber auch die Texturen, etwa wenn er einem Teig direkt zugegeben wird. Daher ist die Ermittlung der genau richtigen Menge nicht nur eine Frage des Fingerspitzengefühls. Man braucht die entsprechende Safran-Erfahrung.“

Das Tüfteln mit Roman Kronberger brachte Bernhard Kaar übrigens erstmals mit einem großen Unternehmen zusammen. „Normalerweise arbeiten wir mit Firmen, die ähnlich aufgestellt sind wie wir. Also klein- oder mittelgroß strukturiert. Bei HAUBIS hat den Ausschlag gegeben, dass es ein Familienbetrieb ist. Das war uns sofort sympathisch und hat eine gemeinsame Basis geschaffen.“

So könnte sich die Wachauer Safranmanufaktur durchaus vorstellen, mit HAUBIS in Zukunft noch weitere Sondereditionen für anspruchsvolle Naschkatzen zu entwickeln. Mit einem Gewürz, das früher in so gut wie jedem Küchenschrank zu finden war. Und das heute für eine gewisse kulinarische Klasse und Besonderheit steht.



Gerade richtig viel
von allem – und von
allem nur das Feinste.



Rot wie die Liebe, gel(b) wie der Kuchen

Als der Kreuzritter Walther von Merkenstein einem edlen Fräulein orientalische Safranknollen zum Geschenk machte, hatte er wohl etwas anderes im Sinn, als einen landwirtschaftlichen Hype zu begründen. Und doch wurde Safran über die Jahrhunderte prägend für den Donauraum. 2007 hat Bernhard Kaar die edle Knolle wieder aus- bzw. eingegraben.



„Der Safrankrokus stammt ursprünglich aus Griechenland. Er gedeiht überall dort, wo sich auch der Wein wohlfühlt.“

BERNHARD KAAR, WACHAUER SAFRANMANUFAKTUR

Drei rote Fäden in jeder Blüte. Hunderttausende Blüten, die jeden Herbst von Hand gepflückt werden. Um gleich darauf ein weiteres Mal durch Händepaare zu gehen, die die Fäden – botanisch „Griffel“ – herausziehen und vorsichtig auf einem Teller platzieren. Safran ist eindeutig etwas für Achtsame und Geduldige. Und da sprechen wir noch gar nicht vom Trocknungsprozess, mit dem sich die individuelle Aromaprägung des Safrans steuern lässt.

Dass Bernhard Kaar auf den Safran kam, sieht im Rückblick aus wie eine logische Folge von strategischen Schritten. Dabei war auch jede Menge Zufall mit im Spiel. Von der Ausbildung her Ökologe und Botaniker, wechselte der Safranpionier anfangs zwischen Theorie und Praxis. Von der Grundlagenforschung an der Universität zu einem Agrarprojekt in Nepal und von dort zurück ins damalige Lebensministerium. „In Nepal wurde ich in zwei wesentlichen Punkten geprägt“, erinnert sich Bernhard Kaar. „Einmal, was mein Interesse an Gewürzen betrifft. Und ein zweites Mal in meiner Überzeugung, dass Kopfarbeit gut ist. Wenn man gleichzeitig auch etwas Handwerkliches zustande bringt.“

An dieser Stelle kommt Bernhard Kaars Großvater genauso mit ins Spiel wie ein Mönch im Stift Melk. Der eine mit seiner Gärtnerei als Inspirationsort, der andere mit seinem ausgeprägten Wissensdurst für die landwirtschaftliche Praxis. Während der Großvater Bernhard Kaar zum Gemüseverkaufen auf den Markt mitnahm, überraschte ihn Prior Ulrich Petrak mit einem praktischen Handbuch zum Safranbau in Niederösterreich. Minutiös zusammengestellt im 18. Jahrhundert aus Interviews mit den Anbauern und eigenen landwirtschaftlichen Versuchen. „Sogar eine Anleitung für ideales Safran-Marketing war dabei“, lächelt Bernhard Kaar. „Ich bin heute noch bewegt, wenn ich an diese Buchentdeckung denke. Damals war es, als würde sich alles von selbst in idealer Weise fügen.“



„Das wird niemals funktionieren ... Wenn jemand einen Satz mit diesen Worten beginnt, weiß ich, dass von einer Goldidee die Rede ist.“

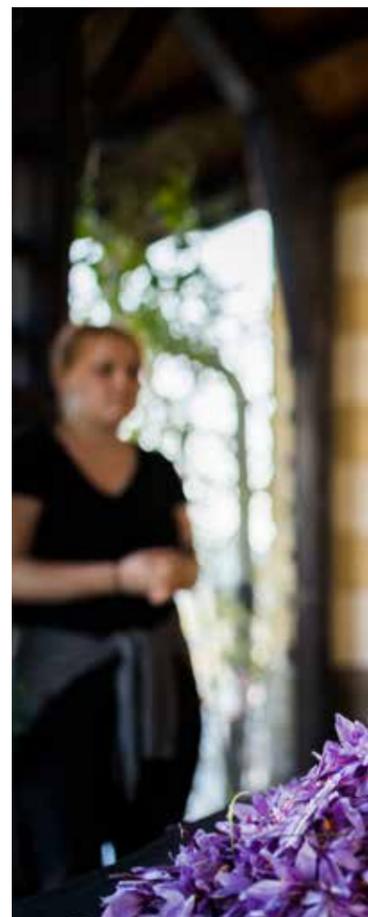
BERNHARD KAAR, WACHAUER
SAFRANMANUFAKTUR

DAS AUFLEBEN EINER TRADITION

Gemeinsam mit seiner Frau Alexandra baute Bernhard Kaar die ersten Safranknollen an. Auf Versuchsflächen von je einem Quadratmeter, im Burgenland und in Wien. Jedes Wochenende hieß es pendeln: von Bundesland zu Bundesland, vom Brotberuf zum Herzensprojekt. Bis das Paar beschloss, alles auf eine Karte zu setzen. Bernhard Kaar: „Wir hatten damals keine Ersparnisse, kein Haus, kein Land und keinen Businessplan. Heute sind wir mit 4,5 Hektar Anbaufläche der größte Betrieb in Mitteleuropa. Und im wahrsten Sinne des Wortes in unsere Aufgabe hineingewachsen.“

Die Kaars sind Bewahrer einer alten Tradition – und Vorreiter zugleich. Einerseits bauen sie den „Crocus austriacus“ in Bio-Qualität an, vorwiegend in Gars am Kamp und auf ehemaligen Weinterrassen in Dürnstein und Spitz. Andererseits pflegen sie in ihrer Wachauer Safranmanufaktur im altherwürdigen Bahnhof von Dürnstein Safrankultur auf hohem Niveau. Sie entwickeln exklusive Produkte, führen ein Café und teilen ihr Wissen gerne mit Interessierten: von flusskreuzenden Reisegruppen aus Amerika bis hin zu Bauern in Bulgarien oder Ex-Jugoslawien. „Auch der Pflanzenverkauf an Hobby-Anbauer ist uns ein großes Anliegen“, betont Bernhard Kaar. „Dazu kommt das Wecken der Begeisterung fürs Pflanzen und Ernten bei den Kindergartenkindern Niederösterreichs.“

Und so wird der „Crocus austriacus“ hoffentlich weiter Land erobern. In Privatgärten, auf Kindergartenparzellen oder im ganz großen Stil. Am besten in sonnenenergiereichen Lagen, mit einem durchlässigen Boden. Bernhard Kaar: „Wir werden immer wieder gefragt, ob der Crocus austriacus eine speziell österreichische Sorte ist. Dabei handelt es sich bei der Bezeichnung um einen reinen Vermarktungsnamen. Botanisch ist es weltweit immer die gleiche Pflanze.“ Und der gleiche hohe Warenwert. Dass die Kaars ihre Safranernte in einem Banktresor in Krems aufbewahren, hat aber auch mit den optimalen Temperatur- und Feuchtigkeitsbedingungen dort zu tun. „Wenn Roman Kronberger wieder Safran für seine Croissant-Produktion braucht, fahre ich mit meiner Diamantwaage nach Krems“, grinst Bernhard Kaar. Ein Detail am Rande – und fast zu schön, um wahr zu sein.





EIN EXOTISCHES GEWÜRZ MIT ÖSTERREICHISCHER HISTORIE

Der Safranbau war in Niederösterreich seit dem 12. Jahrhundert bis weit ins 19. Jahrhundert hinein verbreitet. Vor allem in der Wachau, aber auch im Tullnerfeld. Aufgrund seiner hervorragenden Qualität und Reinheit wurde Safran aus dem Donaauraum lange Zeit unter dem Namen „Crocus austriacus“ als der beste in Europa erhältliche Safran genannt. Er war eine der „berühmten Specialitäten des Kronlandes“. Zu den Safran-Hochzeiten wurden 4,5 Tonnen des kostbaren Gewürzes über den Kremser Markt gehandelt. Über eigens konstruierte Safranwaagen und mit satten Aufschlägen für die anbietenden Bäuerinnen und Bauern, in Form eines Waaggeldes. An Theorien, warum diese Erfolgsgeschichte unterbrochen wurde, fehlt es nicht. Viele davon klingen wie der Gegenwind, der einem verantwortungsvollen Wirtschaften heute noch entgegenbläst.



Revitalisierung, die Zweite:
Der historische Bahnhof in Dürnstein macht Safran zugänglich. Shop und Café inklusive.





Bauchgefühl zum Blättern

Wie können ein paar gedruckte Seiten erzählen, wofür wir stehen und wie viel wir bieten? In den letzten Wochen des Jahres 2020, als die Welt rundum voller Fragezeichen war, haben wir uns an die Neuauflage des Haubis Gastrokatalogs gemacht. Und ein selbstbewusstes Rufzeichen produziert.

Gleich vorweg: Das altbewährte und beliebte Verzeichnis von lieferbaren HAUBIS Artikeln gibt es nicht mehr. Es ist in etwas umfangreicherem und, wie wir meinen, Aussagekräftigerem aufgegangen. In einem Magazin nämlich, das zum seitenweisen Entdecken der Marke HAUBIS und unseres umfangreichen Sortiments einlädt. Unter dem Motto „Für ein gutes Bauchgefühl“ präsentieren wir unsere Geschichte und unsere Produkte – gemeinsam mit unseren Empfehlungen speziell für unsere Partnerinnen und Partner aus der Gastronomie.

Der erste Teil gehört ganz unserer Geschichte und unseren Werten. Mit Fotos aus dem reichhaltigen HAUBIS Archiv und neuem Material, das unter strenger Einhaltung sämtlicher Covid-19-Schutzmaßnahmen angefertigt wurde. Und mit den Erkenntnissen aus unzähligen Interviews mit Menschen, die HAUBIS damals wie heute prägen bzw. als Partner schätzen. Einen besonderen Stellenwert nehmen dabei unsere Teiglinge und unser Natursauerteig ein.

Der zweite Teil ist als spezieller Service für Österreichs Gastronomie gedacht. Hier zeigen wir unser Sortiment in ideenreichen Zusammenstellungen – am Buffet! Vier beispielhafte Genießerinnen und Genießer lassen sich von unseren Produkten beim Frühstück, beim Abendessen oder in der Seminarpause begleiten. Und entdecken dabei mit Sicherheit Neues.

Der dritte Teil entspricht in seiner Denke dem bisherigen HAUBIS Gastrokatalog. Mit allen wesentlichen Informationen zu unseren Produkten in den bereits bekannten Produktkategorien. Neu ist der eigene Bereich für glutenfreies Brot und Gebäck bzw. Mehlspeisen. Eine schlaue Papierauswahl – nämlich ein etwas weniger starkes Papier – sorgt dafür, dass unser Magazin automatisch beim Katalogteil aufklappt. Das ist praktisch für Eilige, die einfach schnell bestellen wollen.

Übrigens: Dass es sich in unseren „HAUBIS Empfehlungen für die Gastronomie“ so ausgesprochen angenehmen blättern lässt, ist auch der Druckerei gugler* zu verdanken. Wie genau sie solche Wohlfühlprodukte zustande bringt und was uns darüber hinaus noch verbindet, haben wir im nächsten Beitrag in Erfahrung gebracht.



„Wie bringt man ein ganzes Unternehmen auf gerade mal 86 Seiten unter? Mit viel Herz – und natürlich Hirn!“

BIRGIT ROTTERMANN, LEITERIN MARKETING



„Mit den entsprechenden
Vorsichtsmaßnahmen
ließen sich sogar unsere
Wunsch-Shootings
realisieren.“

BIRGIT ROTTERMANN, LEITERIN MARKETING

Aus der Schule plaudern – aber
bitte mit Stil. So geben wir
unsere Empfehlungen weiter.





„Wirtschaft muss dem Leben dienen und nicht umgekehrt. Entsprechend respektvoll beziehen wir Mensch und Natur in unser Tun ein.“

ERNST GUGLER, GRÜNDER
UND GESCHÄFTSFÜHRER DES
KOMMUNIKATIONSHAUSES GUGLER*



Eine Frage der Haltung

Obwohl wir unser „Butterbrot“ naturgemäß auswendig kennen, können wir es jedes Mal kaum erwarten, dass die druckfrischen Exemplare aus Melk geliefert werden.

Liegt es am angenehmen Griff des Papiers? An den satten, biologischen Druckfarben? Am Herzblut aller Beteiligten? Fest steht: Unser „Butterbrot“ macht ein gutes Gefühl. Und daran hat die Druckerei gugler* einen nachhaltigen Anteil. Wobei gugler* mehr ist als bloß eine erstklassige Adresse für feine Druckprodukte. Der Wirkkreis des Familienunternehmens umfasst darüber hinaus noch eine Agentur für grüne Markenführung sowie eine Akademie für eine neue Freude in Wirtschaft und Leben. All diese Betätigungsfelder werden von einer klaren Überzeugung zusammengehalten: dass Ökonomie und Ökologie sich nicht ausschließen. Im Gegenteil!

Über mittlerweile 30 Jahre hat der gelernte Drucker Ernst Gugler gemeinsam mit seiner Frau Elisabeth und seinem Sohn Reinhard etwas aufgebaut, das durch und durch achtsam ist. Als österreichische Pioniere von Cradle-to-Cradle-zertifizierten Druckprodukten stehen die Guglers für Kreislaufwirtschaft. Für Respekt gegenüber Mensch, Tier und Natur. Und für Verantwortung gegenüber der Welt von morgen.

Da versteht es sich von selbst, dass sich ihre Überzeugung sogar in „Green Buildings“ aus Naturmaterialien widerspiegelt. Mit Energie, die aus der Sonne, und Heizkraft, die aus der Abwärme des Maschinenparks geschaffen wird. Mitten in einer von Schafen gemähten Grünfläche samt Permatkultur-Garten und eigenem vegetarischen Bio-Mitarbeiterrestaurant. Die gugler* E-Flotte ist da nur das Tüpfelchen auf dem i. Aus diesem Puzzle an Maßnahmen spricht nicht einfach nur ein findiges Vermarktungskonzept, das rechtzeitig auf die richtigen Trends gesetzt hat. Sondern pure Authentizität. Hier ist nichts Blendwerk, sondern alles echt. Wahrscheinlich fühlen sich unser „Butterbrot“ und die „HAUBis Empfehlungen für die Gastronomie“ deshalb bei gugler* in besten Händen. Und wir uns mit ihnen.



„Mit der Kombination aus Hightech und Nachhaltigkeit fügt sich gugler* sinnvoll in die Reihe unserer regionalen Partnerbetriebe ein.“

STEFAN SCHEUCHELBAUER, HAUBIS MARKETER



VON DER WIEGE ... ZURÜCK ZUR WIEGE!

Ein Produkt ist dann umweltfreundlich, wenn es sich rückstandslos recyceln lässt. Sprich: wenn seine Rohstoffe unter optimalen Bedingungen in den natürlichen Kreislauf zurückgeführt werden können. Im Grunde ist die Idee von Cradle to Cradle, es der Natur gleichzutun und aus Gewesenem Neues zu schaffen. Natürlich darf unser „Butterbrot“ aber auch gerne aufbewahrt und immer wieder gelesen werden!

ALLES, WAS ECHT IST

*Stefan Scheuchelbauer, Haubis Marketer, im Gespräch mit Ernst Gugler, Gründer und Geschäftsführer des Kommunikationshauses gugler**

Stefan Scheuchelbauer: Beim Fachsimpeln in Marketingkreisen kommen wir meist auf die Druckereien, mit denen HAUBIS zusammenarbeitet. Dass wir unter anderem bei gugler* drucken, führt oft zur Diskussion, ob nachhaltig Hergestelltes automatisch weniger preiswert ist.

Ernst Gugler: Diese Annahme begegnet uns selbst immer wieder. Dabei liegen keine Welten zwischen einem gugler* Offert und einem Angebot aus einer Druckerei, die ihre Wertschöpfungskette vielleicht weniger konsequent ökologisiert.

Stefan Scheuchelbauer: Im Grunde funktioniert das bei HAUBIS ganz ähnlich. Wenn man felsenfest zu seinen Werten steht, kann man eigentlich nur den geraden Weg gehen. Egal, ob es um den Einkauf von Rohstoffen geht oder die Art, wie diese verarbeitet werden. Für uns ist das eine Frage der Glaubwürdigkeit.

Ernst Gugler: Und der eigenen Haltung! Wir Menschen spüren, wann etwas echt ist und wann nicht. Das gilt für neue Kunden, die uns finden, genauso wie umgekehrt.

Stefan Scheuchelbauer: Dieses Echtsein bringt ja auch eine gewisse Stabilität mit sich. Nur so schafft man es, auch unter schwierigen Bedingungen die gewohnte Qualität mit der gewohnten Wertschätzung zu liefern. Durch die aktuelle Pandemie ist dieser Wunsch nach Versorgungssicherheit in ein breiteres Bewusstsein gerückt.

Ernst Gugler: Genau wie die Notwendigkeit, scheinbar bewährte Handlungsmuster zu überdenken. Es klingt jetzt vielleicht überraschend, aber wir durften uns in letzter Zeit über viele neue Aufgaben und Aufträge freuen. Das Umdenken liegt praktisch in der Luft.

Stefan Scheuchelbauer: Mit Cradle to Cradle als absolutes Schlagoberschäubchen auf dem Kuchen. Wir freuen uns jedenfalls, mit gugler* einen weiteren erstklassigen Druckereipartner aus der Region gefunden zu haben.

Ernst Gugler: Na dann, auf viele weitere „Butterbrote“!

Zur nachhaltigen Zufriedenheit des Teams gibt's hausgemachte Bio-Küche.





100 Prozent bio – 100 Prozent echt.

*Das **** Biohotel RUPERTUS in den Leoganger Steinbergen bietet eine besondere Form von Luxus. Authentische Gastfreundschaft im absoluten Einklang mit der Natur.*

Wenn Nadja Blumenkamp von ihrem Haus erzählt, klingt alles so einfach und selbstverständlich: Die stilvollen Zimmer, ausgestattet mit ausgewählten Naturmaterialien. Die biologische Küche auf Zwei-Hauben-Niveau. Der Wellnessbereich, der sich bis in den Garten hinaus erstreckt. Die GreenBar mit ihrem ausschließlich ökologischen Getränkeangebot. Die Investition in grüne Energie, Elektrofahrzeuge und E-Tankstellen. Das Biohotel RUPERTUS ist wie der Realität gewordene Traum von einem klimaneutralen Urlaub – bis hin zur absolut nachhaltigen Anreise mit Bahn, Bus und Abholservice.

Tatsächlich ist diese absolut „runde Sache“ das Ergebnis einer gemeinsamen Überzeugung, die über die Jahrzehnte gewachsen ist. Denn sowohl für die Senior-Hotelchefs Sophie und Gottfried Herzog als auch für die zweite Gastgeber-Generation Nadja und Olaf Blumenkamp stand von Anfang an fest: Es geht um Wertschätzung und Verantwortungsbewusstsein. Für die wunderbare Naturlandschaft direkt vor der Hoteltür genauso wie für den Pinzgau. Für die Gäste genauso wie für sich selbst.

„Schon in den 1970er-Jahren, als meine Eltern den Gasthof RUPERTUS gebaut haben, gab es bei uns eine echte, ehrliche Küche“, erinnert sich die Hotelchefin. „Es wurde immer frisch und ohne Fertigprodukte gekocht. Ganz traditionell nach einer Philosophie, die heute als ‚nose to tail‘ in aller Munde ist. Die Tiere für unseren Fleischbedarf wurden im Ganzen gekauft und so restlos wie möglich verarbeitet.“ Sophie Herzog begann damals mit dem „Salzburger Biofrühstück“ aus den gesammelten Köstlichkeiten der Region. „So wurde der Grundstein für etwas gelegt, das wir seit 2008 vollinhaltlich leben. Und zwar vom Papier an der Rezeption bis hin zu den verwendeten Putzmitteln.“

Für eine Biozertifizierung braucht es Konsequenz, für die Zertifizierung als klimaneutrales Haus nicht minder. Umso stolzer ist die Gastgeberfamilie, dass das Biohotel RUPERTUS das erste doppelt zertifizierte Hotel im Salzburger Land ist. Außerdem Mitglied der Biohotels und des BioParadies SalzburgerLand. „Das alles funktioniert nur mit einem guten Netzwerk an zuverlässigen Partnern. Da zählen die Hühnerzüchter in Gehweite zum Hotel genauso dazu wie ein gewisser, etwas weiter entfernt

gelegener Spezialist für bestes Bio-Brot und -Gebäck. HAUBIS stand schon bei meinen Eltern hoch im Kurs“, berichtet die Hotelchefin. „Als wir zertifiziert wurden, hat sich einfach unsere Bestellliste ein wenig geändert. Zum Glück bietet HAUBIS ja eine riesige Auswahl an Bioprodukten in einer wirklich tollen Qualität.“

Unser STEIRISCHES FLADENBROT, das DINKELVOLLKORNBROT und das EINKORNBROT zählen zu den absoluten Lieblingsprodukten bei den Gästen des Biohotels RUPERTUS. Vor allem Stammgäste lassen sich zudem gerne einen Laib ofenfrisches Brot für die Heimreise einpacken. Auch die Baguettes und 4-Kanter sind absolute Fixstarter im Angebot. Nadja Blumenkamp: „Wir finden es großartig, dass HAUBIS mit vielen unterschiedlichen Getreidesorten bäckt. So hat man stets die Wahl, auch wenn man zum Beispiel Weizen nicht verträgt.“ Glutenfreie Genießer dürfen sich übrigens ebenso über HAUBIS im Körper! freuen. „Als Biohotel dürfen wir genau drei Ausnahmen in konventioneller Qualität anbieten. Das Glutenfrei-Sortiment von HAUBIS ist so sensationell, dass es uns das wert ist. Aber wenn ich einen Produktwunsch deponieren darf, dann ist das ganz eindeutig: Bitte glutenfrei und bio kombinieren! Mit einem herzlichen Gruß an die HAUBIS Rezeptentwicklung, hier von uns aus Leogang.“

„Unsere wunderbare Naturlandschaft erhalten – für unsere Gäste genauso wie für künftige Generationen. Das ist und bleibt wichtig.“

NADJA BLUMENKAMP,
BIOHOTEL RUPERTUS



ENTSCHLEUNIGUNG – EINE MEDAILLE MIT ZWEI SEITEN

Als Gastgeberin aus Leidenschaft hatte es Nadja Blumenkamp in den letzten Wochen und Monaten wahrlich nicht leicht. Das Gefühl der Entschleunigung, von dem die Gäste im ****Biohotel RUPERTUS normalerweise schwärmen, zeigte sich plötzlich auf einer ganz anderen Ebene.

„Wir haben beschlossen, nicht den Kopf hängen zu lassen und aus der weggefallenen Hochsaison das Beste zu machen“, erinnert sich Nadja Blumenkamp. „Mit dem Urvertrauen, dass sich die Dinge stets wieder zum Besseren wenden. Auf einmal war Zeit da, Weihnachten im engsten Familienkreis zu feiern. Oder Gedanken über neue Projekte zuzulassen. Unser kleines, aber feines Kochbuch ist eines dieser positiven Ergebnisse aus dem Lockdown.“ Und mit ein wenig Abstand könnten sich noch mehr ergeben. „Viele Menschen überdenken gerade ihre Konsumgewohnheiten“, freut sich die Hotelchefin. „Sie haben festgestellt, dass sie mit ihren Entscheidungen mitbestimmen können, in welche Richtung unsere Welt unterwegs ist. Der angestaubte Öko-Touch, den bio früher vielleicht hatte, ist endgültig einer neuen Erkenntnis gewichen: Bio ist Spaß, ist bunt, ist Design. Und ein Weg, um mich wohler in meiner Haut zu fühlen.“



„Für uns ist bio der einzig richtige Weg, wenn es um die Produktion von Lebensmitteln geht. Andere Bereiche folgen dann ganz automatisch.“

NADJA BLUMENKAMP, BIOHOTEL RUPERTUS



Gemeinsam im
BioParadies
SalzburgerLand –
für authentischen,
naturnahen Genuss.

Rundgang in Sachen Nachhaltigkeit



Wir überlegen uns genau, wie wir unsere Produkte herstellen. Aber auch das Wo spielt seit den 1990ern eine zunehmende Rolle in unseren Nachhaltigkeitsüberlegungen.

Seit unserer Gründung im Jahr 1902 hat sich bei HAUBIS naturgemäß einiges getan. Wir sind in jeder Hinsicht gewachsen. Unsere Vorstellung von perfekt geeigneten Rohstoffen hat sich genauso verfeinert wie unsere Vorstellung davon, wie unsere Firmengebäude und unsere technische Infrastruktur möglichst gut in die Zeit und natürlich in die Zukunft passen. Ein Rundgang mit Manfred Buchberger, unserem Teamleiter für Gebäudemanagement, zeigt, an wie vielen Ecken und Enden laufend optimiert wird. Bei unserem Stammwerk in Petzenkirchen genauso wie im HAUBIVERSUM oder in den Verteilzentren österreichweit.

Im Zuge der Stammwerk-Funktionsanierung lag dem Gebäudetechniker vor allem am Herzen, die Heiztechnik in den Niedrigenergiebereich zu bringen und die Abluft produktiv zu nutzen. Manfred Buchberger: „Seit den 1990ern schon bringen wir die Wärme, die von unserem Maschinenpark ausgestrahlt wird, in einen sinnvollen Kreislauf zurück. Speziell die Abwärme der Tiefkühlgeräte wird verwendet: fürs Warmwasser, zum Heizen, aber auch zum Abtauen unserer Kälteanlagen.“

In wesentlich luftigeren Höhen trifft man auf das neueste und sichtbarste Zeichen der HAUBIS Nachhaltigkeitsbestrebungen: Photovoltaik-Paneele. 1.000 m² davon wurden Ende des vergangenen Jahres montiert. Und das ist erst der Anfang. Eine Bestückung weiterer Dachflächen ist in unmittelbarer Planung. „Mit unseren Technikpartnern, der Firma Hinterdorfer aus Erlauf und der Firma Klenk & Meder, haben wir regionale Spezialisten gefunden, mit denen das Tüfteln richtig Spaß macht“, berichtet der HAUBIS Teamleiter.

„Wenn ich spätabends durchs Rohstofflager gehe und die LEDs schalten sich erst ein, wenn ich im Anmarsch bin, dann fühlt sich das gut und richtig an.“

MANFRED BUCHBERGER, LEITUNG GEBÄUDEMANAGEMENT



„Bis Jahresende werden wir dank Photovoltaik den Gegenwert von 1.000.000 gefahrenen Kilometern einsparen. Das entspricht 25 Erdumrundungen.“

MANFRED BUCHBERGER,
LEITUNG GEBÄUDEMANAGEMENT

Nachhaltige Denker kennen
keine Scheu. Weder vor
Neuem noch vor Höhen.

Apropos Spaß. Der kommt auch dann nicht zu kurz, wenn bei HAUBIS immer mehr tägliche Wege mit Elektroscootern absolviert werden. Die elektrobetriebenen Roller samt Beladungsfläche leisten in den Gebäuden genauso gute Dienste wie dazwischen. „Wir haben natürlich auch Dienstfahräder am Gelände. Aber wenn etwas zu transportieren ist, hat der Scooter eindeutig Vorteile.“ Für Elektrofahrzeuge größeren Formats stehen rund ums HAUBIVERSUM professionelle E-Tankstellen bereit: ein Supercharger für den internen Gebrauch, dazu eine kostenlose Lademöglichkeit in Kooperation mit der EVN.



In puncto Leuchtmittel ist HAUBIS seit 2016 komplett auf LED umgestiegen. Neue, sprichwörtliche „Leuchten“ kommen laufend im Rahmen des HAUBIS Lehrlingsausbildungsprogramms hinzu. Derzeit absolviert Florian Wieseneder eine doppelte Ausbildung zum Kältetechniker und Elektriker. Sehr zur Freude des gesamten Gebäudemanagement-Teams. „Florian passt super zu uns und zeigt ein tolles Engagement“, berichtet Manfred Buchberger. „Wir legen uns ins Zeug, um ihm möglichst viel mitzugeben. Denn eine so breite Ausbildung wie bei HAUBIS können nicht viele Unternehmen in Österreich bieten.“ Gerade im Kältesektor mangelt es überall an Fachpersonal. Insofern ist das Begleiten von Lehrlingen ein weiterer HAUBIS Beitrag zur Nachhaltigkeit. Unabhängig davon, ob sie später bei HAUBIS aufsteigen oder sich für einen anderen Weg entscheiden.

Für die Zukunft sind bei HAUBIS weitere Investitionen in den Ausbau der Photovoltaik-Technologie angesagt. Dazu kommt eine Umstellung sämtlicher Kühlanlagen auf CO₂-neutrale Kühlmittel. Das ist nicht nur klimafreundlicher, das spart auch eine Menge Energie. „Uns geht es auf Effizienz auf allen Ebenen“, meint Manfred Buchberger. „Energie-Ressourcen sind wertvoll, und je bewusster wir damit umgehen, desto besser.“

Lieblingsgefährte auf
(fast) allen Wegen: unsere
beladbaren Elektroscooter



HAUBIS NACHHALTIGKEIT AUF DREI SÄULEN

Ökologisch, ökonomisch und sozial. Nachhaltigkeit ist die Kunst, alle drei Aspekte gleichwertig zu verbinden. Und ein Zusammenfügen von vielen Einzelmaßnahmen, die gemeinsam ein überzeugendes Ganzes ergeben. Wir kaufen bewusst österreichisch, verwenden Mehrweggebinde und vermeiden Abfall, wo immer es möglich ist. Partnerschaften mit Firmen wie Too Good To Go helfen, Lebensmittelüberschüsse sinnvoll zu verteilen. Was in unseren Küchen an organischem Abfall anfällt, wird im Sinne der Kreislaufwirtschaft professionell zu Futtermitteln weiterverarbeitet. Auf der sozialen Seite tun wir unser Bestes, um für möglichst viele Menschen in der Region ein attraktiver und zuverlässiger Arbeitgeber zu sein.

HAUBIS FAMILIENALBUM

Helene Miedler

.....
HAUBIS Kundenmanagerin



*Probiert das Unmögliche,
um das Mögliche zu erreichen*

Absolute Lösungsbringerin

Sonne im Herzen

*Startete 2007 als
HAUBIS Lkw-Fahrerin*

Grüner Gartendaumen

Überzeugte Teamspielerin

*Kennt NÖ und den LEH
wie ihre Westentasche*

Erdet sich in der Natur

HAUBIS Powerfrau des Jahres 2010

*Liebt perfekt gebackene
HAUBIS JAUSENSTANGERLN*