



Butterbrot

Die Zeitschrift
für Brotgenießer

Nr. 1



Wir haben uns
die Sonne gesichert.

Firma Mustermann
z.H. Martina Mustermann
Musterstraße 12/43
1234 Musterkirchen
Österreich

SEITE 3
MARILLENMARMELADE
„EDITION HAUBIS“
.....

SEITE 6
WIE HAUBIS DEN
BROT-HYPE SIEHT
.....

SEITE 12
DAS VERWÖHNKÖRBERL
IN BILD UND TON
.....

Editorial



GRÜSS GOTT AUS PETZENKIRCHEN!

Wir Bäcker haben schon einen wunderbaren Beruf: Wir dürfen eines der traditionellsten und gleichzeitig spannendsten Lebensmittel überhaupt herstellen. Wobei wir uns bestimmt einig sind, dass Brot und Gebäck inzwischen weit mehr ist als ein reines Grundnahrungsmittel. Oder kennen Sie jemanden, der beim Anblick eines knusprigen Weckerls frisch aus dem Backofen nicht schwach wird? Speziell, wenn er es – wie bei HAUBIS – auch vegan, laktosefrei und/oder glutenfrei haben kann? Eben! Brot und Gebäck steht für Genuss, den man sich und seinen Lieben bewusst gönnt. Das geht bis zum aktuellen Brot-Hype, über den mein Urgroßvater, unser Firmengründer, wahrscheinlich seinen Kopf geschüttelt hätte.

Sie kennen uns: Wir von HAUBIS folgen aus gutem Grund nicht jedem Trend, der die Backstuben erobert. Wir sind immer ein bisschen anders als die anderen. Ein Bedürfnis, uns immer wieder neu zu erfinden, gehört da naturgemäß dazu. Bester Beweis ist unsere neue Zeitschrift, die Ihnen hoffentlich genauso viel Freude macht wie uns.

Aber gerade bei unseren Produkten bleiben wir manchmal bewusst auf dem Boden und warten, bis die Zeit wirklich reif ist. Damit etwas einfach und selbstverständlich wirkt, muss nämlich jedes noch so kleine Detail perfekt sein. Ein bisschen wie beim einfachsten und gleichzeitig perfektsten Gericht überhaupt: dem Butterbrot.

Ich lade Sie ein, mit uns genau diese Bodenständigkeit zu feiern!

Ihr Anton Haubenberger

Inhalt



3 WENN SCHON KRAPPEN, DANN RICHTIG

Der HAUBIS WACHAUER MARILLENKRAPPEN schmeckt jetzt nach noch mehr. Weil wir bei der Marmelade mitgemischt haben.



10 WENN DAS KEIN KREATIVER KNOPF IST

Wir haben Brioche und Lauge zusammengespannt – und einen findigen Petzenkirchner Gastronomen gleich mit dazu.



6 WENN UND ABER? LANGWEILIG!

Anton Haubenberger über den Reiz, ein großes Unternehmen mit der Wendigkeit eines kleinen zu verbinden.



12 WENN EIN SPOT PURE FREUDE AUSSTRAHLT

Die allererste Werbefilmproduktion in der Geschichte von HAUBIS serviert unser VERWÖHNKÖRBERL für zu Hause.

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

Illustrationen: Roland Reznicek

Fotos: Haubis, Stefan Knittel, Daniel Schalhaas, Thomas Gruber, Sonja Priller, Manfred Lang

Lektorat: ASI GmbH

Produktion: www.weitsprung.at



Eine Kooperation, die fruchtet

*In unsere Wachauer Marillenkräpfen kommt ab sofort
eine eigens für Haubis gekochte Marmelade.
Sie ist das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit
unter Spezialisten.*

Marmeladekochen im großen Stil läuft im Grunde nicht viel anders als am heimischen Herd. Für ein überzeugendes Ergebnis braucht man: vollreife, aromatische Früchte in der besten Qualität, die man bekommen kann. Ein Rezept, das die fruchtigen Eigenschaften auch in der verarbeiteten Form voll zur Geltung kommen lässt. Und nicht zuletzt eine große Portion Erfahrung, um die Herstellung A bis Z optimal gelingen zu lassen.

1. DIE FRÜCHTE

Die Idee, beim HAUBIS WACHAUER MARILLENKRÄPFEN mit den dort ansässigen und vereinsmäßig organisierten Marillenbauern zusammenzuarbeiten, ist nicht neu. Neu ist der direkte Kontakt zu den Bauern, der über die letzten Jahre gewachsen ist und sich zu einer langfristigen, beständigen Partnerschaft entwickeln soll. „Wir wollen die Bauern persönlich kennenlernen und durch sie unser Produkt in allen Facetten verstehen – vom Reifen der Früchte für die Marmelade bis zum Backen und Füllen des Germteigs“, erklärt Johannes Heilos, der als Unternehmensleiter unter anderem für den Bereich Einkauf verantwortlich zeichnet. „Zu sehen, wie ‚unsere Marillen‘ Frucht für Frucht händisch vom Baum gepflückt und sorgfältig in die Zisteln gelegt werden, war eine gute Erfahrung.“



2. DIE VERARBEITUNG

Durch eine punktgenaue Abstimmung zwischen uns, den Wachauer Marillenbauern und dem verarbeitenden Marmeladeexperten, der Unterweger Fruchteküche, ist ein produktionstechnisches Kunststück gelungen: Die Original Wachauer Marillen wurden in dem von uns gewünschten Reifegrad vom Baum geholt und noch am selben Tag verarbeitet. Zu einer eigenen HAUBIS Marmelade-Edition! Johannes Heilos: „Wir wollten unsere Marillen in einem eher weichen Reifegrad haben. Dann spielt die Wachauer Marille g.U. nämlich ihr volles geschmackliches Potenzial aus. Dafür wurde gemeinsam mit unseren Vertragsbauern der ideale Erntetag abgewartet.“ An diesem Tag dann, musste alles sehr schnell gehen. Ab fünf Uhr früh wurde gepflückt, und schon um elf Uhr trat die Ernte ihre Reise zur Weiterverarbeitung an.

3. DIE HALTBARMACHUNG

Die Wachauer Marillenmarmelade „Edition HAUBIS“ zeichnet sich durch einen sehr hohen Fruchtanteil von 60% und durch ein feinstückiges Mundgefühl aus. Sprich: Wir finden sie perfekt! Und das Team der Unterweger Fruchteküche – übrigens ebenfalls ein Familienbetrieb – hat dafür gesorgt, dass dies auch so bleibt. Unsere Wachauer Marillenmarmelade wurde dafür lediglich hoch erhitzt und unverzüglich unter Luftverschluss gebracht. Durch die hervorragende Ernte im heurigen Jahr ist der HAUBIS WACHAUER MARILLENKRÄPFEN übrigens bis weit übers nächste Jahr hinaus gesichert. Auch dann, wenn Spätfröste oder andere Wetterunbilden die Ernte 2020 weniger günstig ausfallen lassen.

Das Marillen-
pflücken erfordert viel
Fingerspitzengefühl –
auch bei der Wahl
des richtigen
Erntezeitpunkts.



„Je besser wir die
Geschichte unserer
Rohstoffe kennen,
desto besser das
Endprodukt.“

„Wer mit der Natur
zusammenarbeitet,
muss in punkto
Bestellmenge flexibel
sein. Heuer war ein
gutes Jahr.“

JOHANNES HEILOS



In den Wachauer Marillengärten kommen
traditionell Zisteln zum Einsatz. Die spezielle
Form dieser Körbe verringert den Druck auf
die unten liegenden Marillen.



Dank der Erfahrung
„unserer“ Marillenbauern
und einer ordentlichen
Portion Wetterglück ist
die heurige Ernte gesichert
und längst verarbeitet.



WACHAUER MARILLE G.U. DAS ORIGINAL!

Sie ist die Königin unter den Marillen und innerhalb der Europäischen Union als eigene Marke geschützt: die Original Wachauer Marille. Ihre einzigartigen aromatischen und geschmacklichen Eigenschaften sind das Ergebnis eines perfekten Zucker-Säure-Zusammenspiels – und mehr als ein glücklicher Zufall. Seit 1890 schon werden in der niederösterreichischen Region Wachau-Mautern-Krems Marillenbäume der Sorten „Klosterneuburger Marille“ und „Ungarische Beste“ kultiviert. Durch die dort herrschenden Boden- und Klimabedingungen entwickeln sich diese Sorten in einer unverwechselbaren Qualität. Darum die geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.). Weit über die Wachau hinaus ist die Wachauer Marille g.U. ein echtes Kulturgut und Tourismusfaktor zugleich. Die Marillenblüte im Frühjahr gilt als ebenso großer Magnet wie die Ernte, die seit vielen Jahrzehnten mit dem „Spitzer Marillenkirtag“ festlich begangen wird. Mit dabei: ein eigens gekürter König „Marillus“ samt Prinzessin „Aprikosia“.



Rundum premium

Selbstverständlich haben wir unseren HAUBIS WACHAUER MARILLENKRAPFEN immer schon mit Marmelade aus Original Wachauer Marillen gefüllt. Aber das Gefühl, nun eine Marmelade zu verwenden, die bis ins kleinste Geschmacksdetail unseren Idealvorstellungen entspricht, ist dann schon ein ganz besonderes. Dank sorgsamer Teigast im Gärschrank gelingt uns der Germteig für unseren PREMIUM-KRAPFEN derart zart, dass „unsere“ Marmelade sämtliche Aromafacetten zur Geltung bringen kann. Und: Dass wir den HAUBIS WACHAUER MARILLENKRAPFEN besonders sorgsam füllen, versteht sich bei einer derartigen Liebe zum Detail wohl von selbst.



Original Wachauer
Marillenmarmelade
mit 60% Fruchtanteil



„Ich bewerte den aktuellen Hype rund ums Brot durchaus positiv. Er tut dem Qualitätsbewusstsein gut.“

ANTON HAUBENBERGER,
GESCHÄFTSFÜHRER



Haubis und die Hypes

Unser Chef, Anton Haubenberger, im O-Ton: über eine Branche, die lebendiger ist denn je. Und über die ständige Gratwanderung zwischen Vollsortiment und dem Mut zur Lücke.

Anton, Brot ist derzeit Thema. Und je mehr sich ein Bäcker auf die Ursprünglichkeit seines Handwerks besinnt, desto begehrtlicher wird er. Die langen Schlangen vor den neu eröffneten Geschäftslokalen sprechen Bände. Braucht die Branche einen derartigen Hype? Und Bäcker mit Glamourfaktor?

Diese Frage höre ich natürlich nicht zum ersten Mal. Nur, dass sie mir meistens noch schärfer gestellt wird. Mehr im Sinne von: Haben wir vorher etwa nicht gewusst, wie richtiges Brot schmeckt? Ich bewerte den aktuellen Hype rund ums Brot aber sehr positiv für uns und die ganze Branche. Es tut dem Qualitätsbewusstsein gut. Dem der Konsumenten genauso wie unserem.

Auch wenn ein großer Bäcker wie HAUBIS darin irgendwie „industriell“ wirkt?

Also, was wir sicher nicht sind, ist ein Industriebäcker. Wir sind ein großer Gewerbebetrieb, als Bäcker gehören wir sicher zu den größten in Österreich. Aber wir zeigen auch gerne offen her, wie wir arbeiten. Das macht es schwierig, uns in eine Schublade zu stecken. Wobei „groß ist schlecht“ und „klein ist gut“ sowieso nicht allgemein gelten kann. Eine differenzierte Sichtweise tut einer Diskussion immer gut.

Vor allem, weil die Qualität ja quer durch die Branche überzeugend geworden ist. Heute kann man schon um 15 Cent ein sehr gutes Semmerl bekommen.

Man kann aber auch über einen Euro dafür ausgeben. Und der Preis ist für mich gar nicht das wichtigste Kriterium. Das Erlebnis, das die Brotgenießer suchen, ist frisches, noch warmes Brot, das handwerklich perfekt gemacht ist. Und wenn möglich einen Blickkontakt zum Ofen, in dem die nächste Charge schon bräunt. Da geht es stark um Emotionen.



Wobei man HAUBIS durchaus als Trendsetter in Sachen ofenfrisches Brot bezeichnen kann.

Die Idee meines Vaters war es, den Konsumenten jederzeit frisch gebackenes Brot und ganz speziell Gebäck anzubieten. Unsere Teiglinge machen es möglich, auch ohne klassische Bäcker Ausbildung und praktisch überall ofenfrisch zu backen. Egal ob im Supermarkt oder in Gastronomiebetrieben.

Dafür war die Zutatenliste damals noch kürzer, hört man immer wieder von kritischen Konsumenten. Rund ums Tiefkühlen und Vorbacken gibt es ebenso Diskussionen wie um Lebensmittelzusätze.

Klar, die Kombination aus Größe und Slow-Food-Philosophie ist ein Ideal, wo wir Schritt für Schritt hinwollen. Aktuell sind wir mit dem konsequenten Hinterfragen unserer Rohstoffe beschäftigt. Und je tiefer wir in die Materie eintauchen, desto erfreulicher die Ergebnisse. Unser Kümmel kommt beispielsweise nicht mehr aus der Türkei, und aus unserer

Begeisterung für die Original Wachauer Marille hat sich eine tolle Kooperation mit den dortigen Marillenbauern entwickelt.

Hat sich HAUBIS einen Kilometerradius definiert, aus dem die Rohstoffe künftig stammen dürfen?

Wir versuchen das Thema wirklich bis ins Detail zu hinterfragen. Sowohl, was die Distanzen betrifft, die unsere Rohstoffe zurücklegen, als auch die Partner, mit denen wir arbeiten wollen. Sagen wir's mal so: Unser Begriff von Regionalität bezieht sich primär auf Österreich. Er kann aber nach wie vor Grenzen überschreiten, wenn es sinnvoll ist. Ein Rohstoff, der aus der benachbarten Slowakei stammt, kann einen wesentlich kleineren CO₂-Fußabdruck haben als ein Rohstoff aus Westösterreich.

Ohne Regionalität und Saisonalität scheint momentan gar nichts zu gehen. Glauben Sie, dass dieser Trend anhält?

Dass jeder von uns mit jeder Einkaufsentscheidung mitentscheidet, wie unsere Konsum- aber auch die Naturlandschaft in Zukunft aussehen werden ... zu dieser Erkenntnis hat die Forderung nach Regionalität bestimmt beigetragen. Aber wie gesagt, kann sich jede Regionalitätsentscheidung zur einer komplexen Sache auswachsen. Da braucht es zuverlässige Informationen. Wir fördern beispielsweise den Verein „Land schafft Leben“, eine Initiative, die Lebensmittel bis ins kleinste Detail hinterfragt und mit einem gut recherchierten und gut durchdachten Aufklärungsprogramm bis in die Schulen hineingeht. Aktuell ist der Verein am Thema „Getreide“ dran. Wir erwarten mit Spannung die Ergebnisse.

Im HAUBIS Artikelstamm finden sich aktuell rund 600 Artikel. Der pure Luxus, möchte man meinen. Und eine wahre Sisyphusaufgabe, wenn man an Rohstoffoptimierungen und die dadurch oft nötige Anpassung der Rezepturen denkt.

HAUBIS hat sich als Vollsortimenter einen Namen gemacht. Wir sind bekannt und beliebt dafür, dass wir Artikel mit einer Absatzmenge von 100 Stück pro Woche genauso im Angebot behalten wie andere, von denen 100.000 Stück pro Woche rausgehen. Diese Besonderheit leisten wir uns, ganz bewusst.

„Unser Begriff von Regionalität bezieht sich primär auf Österreich. Er kann aber nach wie vor auch Grenzen überschreiten, wenn es sinnvoll ist.“

AUF GUTE NACHBARSCHAFT

Wir schauen drauf, dass möglichst viele unserer Rohstoffe möglichst wenig weit unterwegs sind.



VORARLBERG
TIROL

SALZBURG

STEIERMARK

BURGENLAND

KÄRNTEN



Drei Generationen
Anton Haubberger:
drei Brotexperten, die ihr
Handwerk von der Pike
auf gelernt haben.

Blitzt da nicht manchmal doch der Gedanke auf, das Sortiment könnte schlanker sein? Stichwort: Mut zur Lücke?

Mut ist immer gut. Nur sind wir in Sachen Geschäftspartner unglaublich breit aufgestellt. Wir versorgen einerseits die Konsumenten zu Hause über unsere eigenen Filialen und unsere neue LEH-Schiene, das VERWÖHNKÖRBERL. Bei den Kaufleuten geht es bei uns von der Greißlerei bis hin zur Handelsgruppe mit mehreren Verkaufskanälen. Und die Gastronomiewelt beginnt für HAUBIS beim Würstelstand und endet in der Spitzengastronomie. Viele Produkte sind regelrecht maßgeschneidert für bestimmte Einsatzbereiche.

Wie zum Beispiel das HAUBIS OLIVENWURZEL, ...
... das nur in unseren eigenen Filialen erhältlich ist. Uns ist es wichtig, einige einige „Exklusiv-Produkte“ zu haben, die den Fachgeschäft-Charakter der HAUBIS Filialen unterstreichen. Das OLIVENWURZEL oder auch die DINKEL-HANDSEMMEL fallen in diese Schiene. Gemeinsam mit dem fantastischen Aroma, das unsere Steinöfen noch draufsetzen, sind das unverwechselbare Produkte. Noch so eine Sache, die mit 300 Mitarbeitern in der Herstellung eher möglich ist.

Und obwohl das schon wieder so „groß“ klingt, ist HAUBIS doch konsequent, wenn es um den Einsatz von Handarbeit geht.

Ich höre immer wieder, dass unser Anteil an Manufakturware überraschend hoch ist. Wir werden dem in Zukunft auch noch mehr Rechnung tragen. Unser nächstes Wunschprojekt im HAUBIVERSUM ist das Einrichten einer HAUBIS Manufaktur mit Rundum-Einblick. Derzeit wird ja an unterschiedlichen Produktionslinien geformt und geflochten.

Bestimmt gibt es darüber hinaus noch ein weiteres Herzensthema.

Natürlich: unsere Natursauerteigbrote! Da geht noch mehr, das können wir noch besser. Unser Entwicklungsexperte, Martin Holzmann, war schon vor 10 Jahren voll am Sauerteig und der Langzeitführung dran. Nur waren wir da unserer Zeit voraus. Für Natursauerteig war damals einfach noch nicht genug Wertschätzung vorhanden. Was wiederum beweist, dass es nie ein „Zuspät“ gibt. Eher ein „Zufrüh“. Oft geht es darum,

„Ich höre immer wieder, dass unser Anteil an Manufakturware überraschend hoch ist. Wir werden dem in Zukunft auch noch mehr Rechnung tragen.“

den richtigen Zeitpunkt abzuwarten. Und dann auf den bereits fahrenden Zug aufzuspringen. So kann es gelingen, Mehrwert zu schaffen.

Und wenn manche Ideen nur Ideen bleiben?
Ist das auch in Ordnung und in einem Familienunternehmen meiner Meinung nach ganz normal.



Brotgenießer kommen bei uns voll auf ihre Kosten: Unsere Sortenvielfalt ist eines unserer Markenzeichen!



IDEEN ZUM HAUBIS
LAUGENBRIOCHEKNOPF

Brioche trifft Lauge

Unseren beliebten Briocheknopf mit dem nicht minder beliebten Aroma von Laugengebäck zu kombinieren – darauf muss man erst mal kommen.



Bei uns in Petzenkirchen wird laufend an neuen Produkten gearbeitet. Und wenn auch die Zutaten von Rezeptur zu Rezeptur variieren: Die Freude am Experimentieren ist immer mit dabei. Das Ergebnis sind Kombinationen, die auf dem Papier ungewöhnlich wirken mögen, jedoch ab der ersten Verkostung auf ganzer Linie überzeugen.

Ein solches Produkt ist der HAUBIS LAUGENBRIOCHEKNOPF mit seiner flaumigen Krume, seiner typisch laugenaromatischen Kruste und seiner feinen Bestreuung mit weißem und schwarzem Sesam. Er ist extrem einfach in der Anwendung und überzeugt in süßen und pikanten Kombinationen. Alles Weitere überlassen wir gerne Ihrer kulinarischen Fantasie ...

WIE GEHT „LAUGEN“?

Das typische Aroma von Laugengebäck geht auf Natronlauge zurück, eine Mischung aus einem kleinen Anteil Natriumhydroxid und einem großen Teil Wasser. Die Teiglinge werden entweder mit der Lauge bestrichen oder in die Lauge getaucht. Diese rein oberflächliche Behandlung beschleunigt beim späteren Backen die Entstehung von Bräunungsstoffen. Daher die schöne, kastanienbraune Färbung. Auch die zart-knusprige Kruste ist ein Ergebnis der Natronlauge.

Herbert Mayrhofer, Chef im „Alten Presshaus“ in Petzenkirchen und langjähriger HAUBIS Kunde, war auf der Suche nach einem ungewöhnlichen Burger-Bun für eine limitierte Edition. Er ließ sich vom neuen Haubis Laugenbriocheknopf inspirieren und erfand kurzerhand den Burger neu. Danke, Heabse, dass du deine Ideen mit uns teilst!

FRISCHE BURGER-REZEPTE AUS DEM „ALTEN PRESSHAUS“



CHEESEBURGER „MÜNCHEN TRIFFT MIAMI“

- 1 HAUBIS LAUGENBRIOCHEKNOPF

Für das Patty:

- 200 g Rindfleisch, faschiert
- 1 Prise Salz
- 1 Prise Pfeffer

Garnitur:

- 3 schöne Blätter Lollo Bianco
- 1 Tomatenscheibe
- 1/8 weiße Zwiebel, fein aufgeschnitten
- 1 Scheibe Gouda

Sour Cream:

- 2 Esslöffel Sauerrahm
- 1 Prise Salz
- 1 Prise Pfeffer
- 1 Prise Kreuzkümmel
- etwas Zitronensaft



CHEESEBURGER „MÜNCHEN TRIFFT MEXICO CITY“

- 1 HAUBIS LAUGENBRIOCHEKNOPF

Für das Patty:

- 200 g Rindfleisch, faschiert
- 1 Prise Salz
- 1 Prise Pfeffer

Garnitur:

- 2 schöne Blätter Radicchio
- 1 schönes Blatt Lollo Rosso
- 1 scharfer Pfefferoni
- 1 Jalapeño
- 1 Handvoll Tortilla-Chips
- 1 Scheibe Cheddar
- 1 Prise Chiliflocken

Avocadocreme:

- 2 Esslöffel Sauerrahm
- 1 Prise Salz
- 1 Prise Pfeffer
- 1/2 Avocado, zerstampft
- etwas Zitronensaft



„Mehr Fun im Bun!“

HERBERT MAYRHOFFER,
„ALTES PRESSHAUS“,
PETZENKIRCHEN

Heabse, wer ins „Alte Presshaus“ kommt, betritt optisch eine Welt für sich.

Stimmt, unsere Deko ist teilweise schon ziemlich verrückt. Da ist keine Ecke, die nicht von uns höchstpersönlich „quergedacht“ wurde. Ein bisschen wie in Alices Wunderland.

Liebst du Geschichten?

Tun wir das nicht alle? Unsere Gäste kommen, weil sie Teil einer Story werden wollen. Und das Presshaus-Team will Geschichten erzählen. Trifft sich doch gut, oder?

Wie passt HAUBIS in euer Wunderland?

Durch seine unglaublich wandelbaren Produkte. Natürlich könnten wir unser Beef Tatar wie gewohnt mit Toast servieren. Wenn wir das nicht unglaublich langweilig finden würden! Nein, das HAUBIS RÖMERBROT ist dafür genau richtig.

Und wie war das mit dem LAUGENBRIOCHEKNOPF?

Der kam genau im richtigen Moment. Wir wollten mit September ein „Tuesday Burger Special“ anbieten. Also einen Burger, den es tatsächlich nur einmal in der Woche gibt. Ich war auf der Suche nach einem Bun abseits des Gewohnten. Der Rest ist Geschichte, um bei unserem Lieblingsthema zu bleiben.

IN ALLER MUNDE

Das Haubis Verwöhnkörperl

Mit dem Verwöhnkörperl macht Haubis gleich doppelt auf sich aufmerksam. Als neues Lieblingsprodukt im Tiefkühler. Und als neuer Sympathieträger in der Werbelandschaft.





Eine starke Marke sein heißt Präsenz zeigen und von sich reden machen. In der Zusammenarbeit mit unseren Partnern aus Gastronomie und Lebensmitteleinzelhandel gehen wir diesen Weg seit Jahrzehnten – und mit Erfolg. Eine gute Basis, um jetzt ein Stück Neuland zu erobern!

Mit dem HAUBIS VERWÖHNKÖRBERL sprechen wir seit dem Frühjahr 2018 all jene Brotgenießer direkt an, die der Marketingsprech als „Endkonsumenten“ kennt. Und wir beschränken uns dabei nicht auf Niederösterreich und Oberösterreich, wo HAUBIS mit seinem wachsenden Filialnetz bereits vertreten ist. Wir sind österreichweit bei ausgewählten Handelspartnern sichtbar!

Parallel zum Marktstart feiert HAUBIS gleich eine zweite Premiere: den allerersten TV-Spot in der Unternehmensgeschichte. Er zelebriert das HAUBIS VERWÖHNKÖRBERL – und mit ihm den entspannten Genuss, der mit unserer Produktinnovation wieder ein Stück einfacher geworden ist.

HIER GIBT'S DAS VERWÖHNKÖRBERL

Aktuell erwartet Sie das HAUBIS VERWÖHNKÖRBERL in Österreichs SPAR-, EUROSPAR- und INTERSPAR-Märkten, in ausgewählten Nah&Frisch- und ADEG-Märkten sowie in unseren HAUBIS Filialen. Wir freuen uns, diesen frischen Impuls im Tiefkühlregal setzen zu können!



Jederzeit genießen – mit unserem Verwöhkörperl

Die Gebäckspezialitäten aus dem Haubis Verwöhkörperl sind vorgebacken und brauchen nur wenige Minuten im Backofen, um zur geschmacklichen Höchstform aufzulaufen. An ihrer knusprigen Kruste und fluffigen Krume erkennt man unsere Premiumqualität.



Ein Körperl mit ofenfrischem Gebäck kann der pure Luxus sein. Zum Beispiel, wenn man beschlossen hat, den Sonntag verdienterweise im Pyjama zu verbringen. Oder wenn überraschend Gäste vor der Tür stehen. Somit hat das HAUBIS VERWÖHNKÖRBERL echte Chancen, ein Fixpunkt auf dem Einkaufszettel zu werden!



100% Mehl aus Österreich, der Verzicht auf künstliche Aromen und die Eignung für den laktosefreien Genuss waren uns bei dieser Produktlinie ein besonderes Anliegen. Und selbstverständlich formen wir auch hier die MOHNFLESSLERLN von Hand!

VERWÖHNEN MIT VIER KÖSTLICHEN SORTEN

Derzeit bieten wir Verkaufseinheiten zu vier KAISERSEMMELN, vier KORNSPITZEN, vier MOHNFLESSLERLN oder sechs JOUR KORNEWCKERLN an. Praktisch und platzsparend verpackt lassen sie sich zu Hause ideal bevorraten.





„Brot und Gebäck ist in Österreich ein emotionales Thema. Entsprechend stolz sind wir auf unsere Produktqualität und diesen mehr als gelungenen Werbespot. Wir freuen uns darauf, mit diesem Spot unsere Marke, unsere Werte und natürlich das Verwöhnkörperl in die österreichischen Wohnzimmer zu tragen.“

HARALD AFFENGRUBER, UNTERNEHMENSLEITUNG
MARKETING UND FILIALEN

In der Familie – mit unserem TV-Spot

Fernsehwerbung ist ziemlich effizient, kann aber auch ziemlich nerven. Darum wollen wir mit einem Spot aufs Verwöhnkörperl aufmerksam machen, der ein angenehmes Gefühl hinterlässt. Unser stimmiger Haubis Song war dafür nur die Grundzutat.



20 Sekunden absolute Heimeligkeit und Gemütlichkeit.

Mit einer Atmosphäre, in der man das frische Gebäck aus dem Ofen zu riechen glaubt. Das alles verdanken wir der Zusammenarbeit mit dem genialen Team von FORAFILM, das gemeinsam mit unserer „Unternehmensstimme“ Angelika Lang für die kreative Umsetzung der Idee verantwortlich ist.



Das symbolisch von Hand zu Hand gereichte Backblech steht für unseren Wunsch, der Bäcker für zu Hause zu werden. Jederzeit zur Stelle, wenn ein VERWÖHNKÖRBERL gefragt ist. Eine mit viel Fingerspitzengefühl zusammengestellte beispielhafte „HAUBIS Familie“ und eine private Küche als Kulisse schaffen ein spürbares Gesamterlebnis.

Jeder gute Spot erzählt eine Geschichte.

Unsere beginnt im HAUBIVERSUM in Petzenkirchen, wo die Einstiegsszene mit unserem Bäckermeister Walter Pichler entstanden ist. Er leistet – stellvertretend für alle Menschen, die unser Unternehmen ausmachen – die handwerkliche Vorarbeit für den Genuss zu Hause.

Neugierig auf mehr? Hier geht's direkt zum Spot:
https://www.youtube.com/watch?v=ithmvT_hqTQ



HAUBIS FAMILIENALBUM

Eva Sonnleitner

.....
HAUBIS Qualitätsmanagerin

*analytischer und
gleichzeitig kreativer Kopf*

*Fingerspitzengefühl
für Kruste und Krume*

seit 8 Jahren bei HAUBIS

wache Augen

*gelernte Bäckerin/Konditorin
mit Matura*

perfekt trainierte Nase

*künftige Werkmeisterin
für Bio- und Lebensmittel-
technologie*

*liebt das saftige
HAUBIS LAUGENSTANGERL*

*mag am Mostviertel
die Landschaft und
die Gemütlichkeit*

*fand Lebensmittel schon
als Kind spannend*

