

Das Croissant für alle

Das handgewickelte Croissant, das es nun in allen Filialen gibt, ist ein Bekenntnis zur Qualität. Beim Preiskampf mit Discountern macht Ströck schlicht und einfach nicht mit.

••• Von Daniela Prugger

WIEN. Pierre Reboul und Christoph Ströck sind sichtlich glücklich: Ihr „Baby“, Pierres Croissant, ein handgewickeltes, frisch gebackenes Croissant mit hohem Butteranteil, das sich im Lokal Ströck-Feierabend bereits etabliert hat, gibt es seit Anfang Juni auch in allen anderen Ströck-Filialen (insgesamt sind es 70 in Wien). „Wir haben uns lange überlegt, wie wir es schaffen können, das Croissant in derselben Qualität, aber für viele Filialen herzustellen“, erklärt Christoph Ströck im Gespräch mit medianet.

Mehr Feierabend

Vier Jahre lang habe man am Produkt getüftelt und es weiterentwickelt. Nun will Ströck mit Pierres Croissant einen Impuls geben und den zuletzt stagnierenden Plunderumsatz pushen. „Wir glauben, dass das das beste Croissant in Wien ist“, sind beide überzeugt. Vom Teig bis zum fertig gebackenen Hörnchen braucht es 24 Stunden. Der Sauerteig muss ausreichend rasten, nur so kann sich das Aroma entwickeln. Viel Arbeit, die sich auch auf den Preis – 1,39 € – auswirkt. „Damit ist das Croissant nun um 30



Pierre Reboul, Zuckerbäcker bei Ströck, und Bäckermeister Christoph Ströck.

Cent teurer. Aber die Konsumenten werden es annehmen“, versichert der jüngste Spross des Familienunternehmens. Der Kunde sei bereit, für Qualität und Handwerk zu zahlen – und dass teuer sein und schlechte Qualität liefern nicht

funktioniert, wisse wohl mittlerweile jeder Lebensmittelhersteller.

Hinsichtlich des Filialnetzes stünden derweil keine konkreten Expansionsvorhaben an. „Wir suchen nicht unbedingt nach neuen Filialen, aber wenn sich ein guter

Standort ergibt, dann werden wir uns das anschauen“, meint Ströck. Was die Bäckereifilialen angeht, empfindet er den Wiener Markt außerdem schon eher als gesättigt.

Das Konzept Feierabend aber – also die Kombination von Bäckerei und Abendlokal mit moderner Küche rund ums Brot – wird vielleicht nächstes Jahr noch an einem weiteren Standpunkt umgesetzt. Für dieses Jahr geht Ströck von einem Umsatzwachstum um ein bis zwei Prozent aus, Zahlen will er keine bekannt geben. „Wachsend ist vor allem der Snack-Bereich und in den letzten Jahren auch wieder das Gebäck. Große Brote hingegen sind – wie überall – eher rückläufig.“

„Wollen nicht mithalten“

Dem den Brot- und Gebäck-Markt mittlerweile eigenen Preisdruck blickt Ströck gelassen entgegen. Man können nun mal keine Semmeln um 12, 13 Cent verkaufen wie die Discounter. „Da können und wollen wir nicht mithalten. Außerdem haben wir die Konkurrenz durch die Discounter nicht wirklich gespürt.“ Es sei auch nicht alles schlecht, was im Discounter angeboten werde. „Aber mit dem Preis bleibt halt am Ende für keinen mehr was übrig.“

HAUSBROT.AT

Gebäck und EM-Schal an die Tür

WIEN. Hausbrot.at liefert am Wochenende vom gemeinsamen Frühstück über die Kinder-Fußball-Party von Kinderkistl bis zum geselligen Alternativprogramm direkt an die Wohnungstüren Wiens und seit Anfang April auch nach Niederösterreich (Perchtoldsdorf und Brunn am Gebirge). Neben Brot, Gebäck, Marmelade und Co. können sich Fußballfans nun auch EM-Schals, Hüte, Soletti, Chips und mehr mitliefern lassen. (dp)

VKI-TEST

Chips und Snips im Test

WIEN. Der VKI hat 21 Proben Paprika-Kartoffelchips, Erdnuss-Snips und Salzbrezeln auf ihren Salz- und Fettgehalt untersucht. Am Ende erhielten fünf Produkte die Gesamtnote „gut“, die Mehrheit wurde mit „durchschnittlich“ bewertet, eine Probe war „nicht zufriedenstellend“. Mängel gab es bei einigen Produkten in Bezug auf die Kennzeichnung: Bei neun der 21 Proben wichen die analysierten Werte (z.B. Salz, Fett, gesättigte Fettsäuren) stark von der Deklaration auf der Verpackung ab. (red)

„The Sound of Wine“

Beziehungspflege: Die Familien Trapp und Höppler verbindet Kultur und Genuss. Die Winzer reüssieren am US-Weinmarkt und am heimischen Bühnenparkett.

BREITENBRUNN/STOWE (USA). Wein, Wirtschaft und Gesang: Seit nunmehr 40 Jahren sind die burgenländische Winzerfamilie Höppler und die Trapp-Dynastie privat und beruflich eng miteinander verbunden – Ehrensache, dass Johannes von Trapp, der jüngste Sohn der legendären Trapp Family Singers, in seiner Lodge im beschaulichen Neuengland-Staat Vermont seinen vinophilen US-Gästen edle Tropfen aus der Region Neusiedlersee, darunter der Pinot Blanc und der Pinot Noir als speziell gebrandete Hausmarke, kredenzt.

Und den Weintrinkern zwischen Atlantik und Pazifik schmeckt die Marke Höppler.

Zur Feier der „40 joint years“ lud Winzer-Chef Christof Höppler im letzten Jahr Family and Friends – darunter die wichtigsten US-Geschäftspartner – zum kultigen Wine-Event mit starker österreichischer Handschrift auf das Trapp-Anwesen. Gefeierte wurden die starken Bande nach Übersee, die sich nicht nur in freundschaftlichen Beziehungen, sondern auch in einem starken Exportplus niederschlagen.

Höpplersche Höhenflüge

Auch 2016 hält das US-Hoch für Höppler an: Im ersten Quartal konnte der Umsatz am US-Markt



Winetime in Vermont
li.: Starke Familienbande: die Winzerfamilie Höppler (Louise, Christof und Jost – im Bild rechts) mit Johannes von Trapp. re.: Bei der Weinverkostung in der Lodge – powered by Höppler.

um satte 59% auf über 30.000 Flaschen gesteigert werden – ein neuer Rekord, wie ein Blick auf die letzten rot-weiß-roten Weinexportzahlen in die USA zeigt; laut der vorläufigen Bilanz für 2015 lag hier das Plus am Zukunftsmarkt bei „nur“ 14,2%.

Mittlerweile ist der Austro-Winzer in 38 Bundesstaaten aktiv.

Im letzten Jahr konnte Nevada für die Weinkarte erobert werden. Der Schwerpunkt der Höpplerschen Marktaktivitäten liege aber weiter im Mittleren Westen und an der Ostküste, wie der Chef des Weinguts informiert.



Speziell mit dem „Trapp-Tröpfer!“ Pinot Blanc – das erst diesen Mai bei der „Burgenländischen Weinprämierung 2016“ mit Gold ausgezeichnet wurde und für den ‚Salon Österreich‘ nominiert ist – will man in Übersee überregional überzeugen. „Die Sorte wird dort mit dem Elsass verbunden“, sagt Höppler; sie laufe aber, wie auch in Österreich, noch unterm Radar. „Zu Unrecht“, wie der Profi findet – und mit Verve am Revival und Österreichauftritt arbeitet.

Im Rampenlicht

Apropos: Einen solchen gab es im letzten Herbst



auch für die Trapps bei der großen „Sound of Music“-Jubiläumsgala in Salzburg. Bei der Feier zum 50-Jahr-Jubiläum des Hollywood-Filmmusicals wurden – wie könnte es auch anders sein! – die Weine des burgenländischen Weinguts ausgeschrieben. „Musik erzählt Geschichten. Mein Pinot Noir und Pinot Blanc sollen das auch, mit Finesse und Eleganz. Und zu neuen Geschichten anregen“, spannt Höppler den Bogen vom Wein zum Film. Im Herbst gastieren der Musicalhit und Höppler wieder gemeinsam an der Wiener Volksoper. Die Frühjahrs-Premiere sei sehr erfolgreich über die Bühne gegangen, bilanziert der Connoisseur. Kultur und Genuss, das gehe eben perfekt zusammen. Nachsatz: „Im Pausenfoyer hat aber der Pinot Blanc den Ton angegeben.“

Weingut Höppler

Das Weingut Höppler, angesiedelt in Breitenbrunn am Nordwestufer des Neusiedlersees (Burgenland), produziert das ganze Spektrum des Weins auf insgesamt 47 ha.



Kontakt:

Heideweg 1, 7091 Breitenbrunn
Mail: office@hoepler.at
Tel: +43 2683 2397-0
www.hoepler.at
www.weinraume.at
www.facebook.com/hoepler/