



## Der Tüftler

**3. PLATZ HANDWERK.** Der Fleischermeister Wolfgang Seidl setzt auf regionale Schmankerln und handwerkliche Qualität. Und ist damit durchaus erfolgreich. Von Caroline Millonig

### WOLFGANG SEIDL FLEISCHERHANDWERK

UNTERNEHMER: Wolfgang Seidl

FIRMENSITZ: 2620 Neunkirchen (Niederösterreich)

UMSATZ '09: 3,04 Mio. Euro; EBIT-Marge: 3,96%

UMSATZ '10e: 3,15 Mio. Euro; EBIT-Marge: 4,10%

MITARBEITER '09: 41; '10: 41

GEWERBEBERECHTIGUNG: Fleischer, Gastronomie

INTERNET: [www.seidl-fleischerhandwerk.at](http://www.seidl-fleischerhandwerk.at)

„Ich besinne mich stets auf unsere Ursprünge.“ Wolfgang Seidl (re.) mit Sohn Matthias

S pätnachmittags ist es ruhig in der Neunkirchner Firmenzentrale in Niederösterreich. Die Maschinen, die erst wieder am nächsten Tag frühmorgens in Betrieb genommen werden, blitzen vor Sauberkeit. Und dennoch spürt man an diesem heißen Julitag eine gewisse Unruhe. Der Grund: Bis dato fand sich an dieser Adresse nicht nur die Produktion, sondern auch das erste Geschäft des 1950 gegründeten Fleischerbetriebs. Nun soll die Produktion zulasten der Filiale ausgebaut werden, „um die interne Organisation und die Abläufe für die Mitarbeiter zu vereinfachen“, wie Wolfgang Seidl, 53, erklärt. Die dafür vorgesehene Investitionssumme von bis zu 400.000 Euro macht immerhin zwölf Prozent des für heuer geplanten Umsatzes von 3,15 Millionen Euro aus und soll dem Junior den Einstieg in den elterlichen Betrieb erleichtern: Der 22-jährige Matthias, gelernter Fleischermeister und Betriebswirtschaftsstudent, ist schließlich der designierte Nachfolger des dreifachen Vaters.

**Initiative Schneeberg.** Mit dem Schneeberglandschwein hat der Senior eine Initiative ins Leben gerufen, die der Region nachhaltiges Wachstum verspricht. „Seidls regionale Wurstspezialitäten haben wir bei Billa schon vor rund vier Jahren gelistet“, erinnert sich Johann Taubinger, heute Gruppenleiter für den Frischeinkauf bei Adeg, wo Seidl nun auch vertreten ist. „In puncto Produktqualität und Liefertreue hat uns der innovative Kleinbetrieb stets überzeugt.“ Ausgangspunkt war das 2004 ausgeschriebene Projekt von Agrarmarkt Austria (AMA), Landwirtschaftsministerium und Bundesinnung zur Verknüpfung von Landwirtschaft und Gewerbe.

„Ich habe mich da auf unsere Ursprünge rückbesonnen“, erinnert sich Seidl. Er begrenzte die landesweit übliche Maissilage auf maximal 50 Prozent des Futters und führte die regional übliche Beimischung von Getreideschrot und Eiweiß wieder ein. „Das intramuskuläre Fett wird dadurch zart im Biss und ist – richtig verarbeitet – einzigartig in Österreich“, gibt sich Seidl selbstbewusst.

Der Chef, der bei Wettbewerben regelmäßig Preise abräumt, hat den Umsatz seit 1980 um das Fünffache auf gut drei Millionen Euro gepusht – auch dank der sofortigen Installation einer EDV-Anlage, Tribut an seinen ursprünglichen Berufswunsch Informatiker. Als Rohmaterial dient heute zu 80 Prozent Schweine- und zu 20 Prozent Rind- und Kalbfleisch, die zu rund 100 verschiedenen Wurst- und Fleischspezialitäten verarbeitet werden. 60 Prozent der 340 Tonnen Jahresproduktion entfallen auf den eigenen Detailhandel, der Rest auf Großhandel und gehobene Gastronomie. Seidl ist etwa auf den Frühstücksbuffets der Schick-Hotels und des Marriott in Wien vertreten. Und er setzt mit stimmigem Marketing auch den Akzent für die Zukunft: Positionierung im Lebensmitteleinzelhandel. Die Listung bei Meinl am Graben war dafür ein wichtiges Renommierprojekt.

Dieser Erfolg ist wegen des schwierigen Umfelds umso bemerkenswerter: Gab es in den Siebzigern noch 700 Fleischer in Niederösterreich, so sind es heute nur mehr 100. Viele Konkurrenten schreiben Verluste. Dass Seidl eine EBIT-Marge von vier Prozent erreicht, ist seiner visionären Geschäftspolitik zu verdanken: Er war unter den Ersten, die mit einer Kombination von Fleischer und Bäcker ein Shop-in-Shop-Konzept umgesetzt haben. Auch die nächste Offensive steht schon fest: Jetzt soll der Export vorangetrieben werden. ●