

Thema: Vulcano Schinkenmanufaktur

Autor: Wolfgang Schober

TEXT WOLFGANG SCHOBER
FOTOS OLIVER WOLF

SAUBAUER UND KAPITÄN

Seit über 20 Jahren setzt der Südoststeirer Franz Habel mit seiner Vulcano Schinkenmanufaktur neue Maßstäbe in der Qualität von landwirtschaftlicher Produktion und Vermarktung. Warum sich sein Weg gerade jetzt in der Krise bewährt und ein Modell für eine neue Art der Landwirtschaft weltweit sein könnte, verriet der Visionär „SPIRIT of Styria“ vor Ort in Auersbach.

VULCANO

Gründung der Vulcano Schinkenmanufaktur GmbH & Co KG von Franz Habel und drei weiteren Landwirten im Jahr 2000 in Auersbach. Die Ziele: sinnvolle Landwirtschaft im Einklang mit der Natur sowie Produktion eines der besten der Schinken der Welt. Nach dem Ausscheiden der Partner stieg der Industrielle und Investor Christian Trierenberg im Jahr 2010 als 50%-Gesellschafter ins Unternehmen ein. Danach Rebranding und Bau der Schinkenwelt, die heute rund 40.000 Besucher jährlich zählt.

Der Traktor wartet. Unser Interviewtermin kurz nach Ostern fällt in die Aussaatzeit – und Franz Habel sprintet am Ende unseres Gesprächs Richtung Ausgang. Schon wenige Minuten danach wird er sich auf den Traktorsitz wuchten und auf einem seiner Äcker Mais säen. „Durch die Regentage im April hat sich der Anbau immer wieder verschoben, zudem ist mir mein Mitarbeiter in der Landwirtschaft krankheitsbedingt ausgefallen“, erklärt Habel und verabschiedet sich, indem er uns einen Teller feinsten, in unzähligen Rottönen schimmernden Vulcano-Schinken auf den Tisch des seines Ab-Hof-Restaurants stellt.

Warum Habel trotz akutem Stressaufkommen heilfroh über „seinen Weg“ ist, hat uns der Südoststeirer davor in einem mehr als einstündigen Gespräch dargelegt. Seinen Weg der großen Visionen, der ebenso großen Widerstände, des kompromisslosen Bekenntnisses zu Qualität und Regionalität – seinen Weg der Werte, der Wertschätzung und gelungenen Wertschöpfung. Mehr denn je gibt die aktuelle Krise dem Weg des Vulcano-Gründers und Erfinders einer der bekanntesten Lebensmittelmarken Österreichs Recht. Während andere Schweinemastbetriebe derzeit den Futtermittelnotstand ausrufen, kann Habel aus dem Vollen schöpfen. Grundfuttermittel wie Getreide und Mais kommen großteils aus eigenem Anbau, dazu Soja aus dem nahe gelegenen Güssing statt aus Übersee. Eine Konstellation, die Habel nun

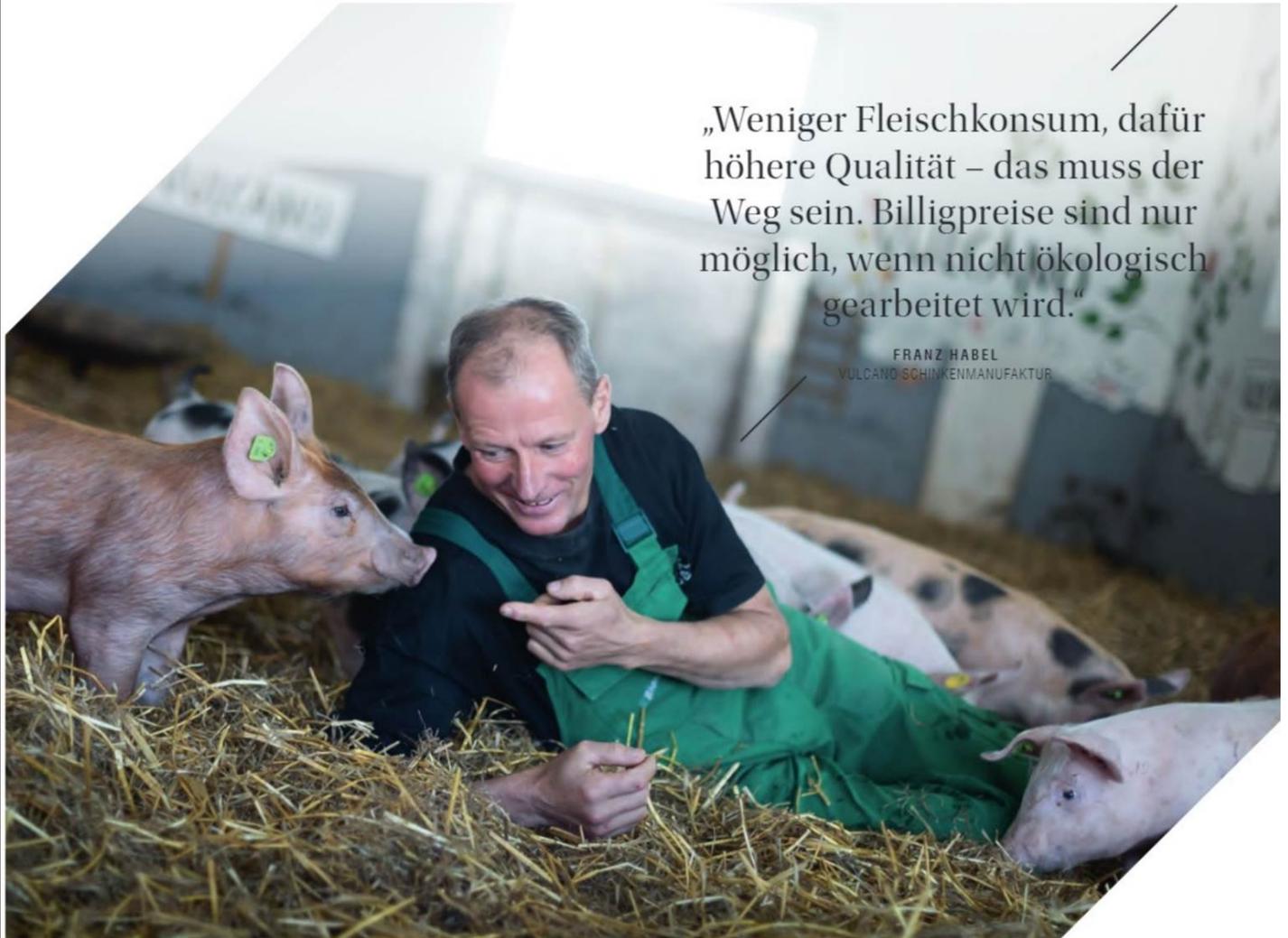
weit ruhiger schlafen lässt als die meisten Branchenkollegen. „Natürlich sind auch wir von Kostensteigerungen betroffen, ob bei Diesel, Energie, Düngemittel oder Saatgut. Aber im Schnitt sind wir besser dran, weil wir in vielen Bereichen Eigenproduzent sind und Rohstoffe wie Futtermittel selbst herstellen.“ Um 6 bis 9 %, schätzt Habel, werden man die Preise bei Vulcano anheben müssen. „Kein Vergleich zu Preissteigerungen, die wir bei Fleischprodukten erleben werden bzw. zum Teil jetzt schon sehen“, so Habel, der die Verwerfungen auf den Agrarmärkten kritisch beobachtet – und darin Fluch und Segen erkennt. „Die Preissteigerungen halte ich grundsätzlich für real und vertretbar, weil höhere Preise den wahren Wert von Lebensmitteln widerspiegeln. Aber der Weg, wie diese Preise nun zustandekommen, ist problematisch. Es gibt viel Spekulation im System und einige Profiteure der Krise – Händler, Spekulanten und Konzerne, die die Situation für sich ausnützen.“ Auch das Tempo der Preisrallye sieht Habel kritisch. „Diese Preissprünge in so kurzer Zeitspanne sind für alle, egal, ob Privatperson oder Unternehmen, ein Totalstress und erzeugen Unsicherheit und Angst. Und Angst verursacht in Wirtschaft und Gesellschaft meist größere Schäden als reale Ereignisse.“

WARUM DIE KRISE CHANCE SEIN KANN

Die Preisfrage als Knackpunkt. „Unser Betrieb ist das beste Beispiel. Wir produzieren ökologisch, artgerecht, bieten größeren Auslauf und hohe Tierwohl-

Thema: Vulcano Schinkenmanufaktur

Autor: Wolfgang Schober



„Weniger Fleischkonsum, dafür höhere Qualität – das muss der Weg sein. Billigpreise sind nur möglich, wenn nicht ökologisch gearbeitet wird.“

FRANZ HABEL
VULCANO SCHINKENMANUFAKTUR

Visionär, Saubauer, Unternehmer: Franz Habel bei seinen Vulcano-Schweinen im Stall in Auersbach

kriterien – manche halten unsere Produkte für teuer. Aber das sind sie nicht, sondern die Preise sind ganz ‚normal‘, wenn man versucht, ökologisch zu produzieren. Nicht normal sind die Billig- und Schleuderpreise, an die sich die Konsumenten gewöhnt haben. Solche Preise sind nur möglich, wenn man nicht nachhaltig und nicht tiergerecht arbeitet. Ich bin sicher, dass die aktuelle Krise hier auch eine Chance sein kann, dass mehr Betriebe beginnen, ökologisch zu arbeiten, und Kunden anfangen, Lebensmittel wieder mehr wertzuschätzen. Das, was uns eigentlich der Verstand sagen sollte, lehrt uns jetzt die Krise.“

Bewussten Genuss und gesunden Verzicht sieht Habel dabei als Fundament einer neuen Ära. „Ich bin sicher, jeder von uns könnte locker 10 Prozent weni-

ger essen – ohne Schaden zu nehmen, in den meisten Fällen wären die gesundheitlichen Auswirkungen sogar positiv. Wenn man dann noch einbezieht, wie viel von den produzierten Lebensmitteln im Müll landet, kommen wir rasch auf 30 Prozent, wahrscheinlich sogar mehr, die die Landwirtschaft in der Produktion einsparen könnte“, so Habel. „Der Bauer produziert künftig also weniger, aber bekommt dafür höhere Preise, die ihm ermöglichen, ökologisch zu arbeiten – so die einfache Rechnung, von der alle profitieren.“ Weniger Fleischkonsum, aber dafür höherwertiges Fleisch – im Grunde das Prinzip Vulcano als Modell für ein neues System der Landwirtschaft. Als Modell, das weit über die Grenzen Österreichs hinausgehen sollte, so Habel. „Denn wir müssen auch

Rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Produktion: 4.000 bis 5.000 Schweine jährlich, das entspricht 8.000 bis 10.000 Schinken – diese werden 8, 15, 27 und 36 Monate lang gereift. Es gibt auch Spezialschinken mit bis zu 70 Monaten Reifezeit. Die Dauer der aufwendigen Lufttrocknung bestimmt die Intensität des Geschmacks.

Thema: Vulcano Schinkenmanufaktur

Autor: Wolfgang Schober



Franz Habel gemeinsam mit seiner Ehefrau Bettina in der Schinkenwelt von Vulcano in Auersbach

Die Produkte werden im Grunde nur mit Salz und einigen Edelgewürzen behandelt, um den Eigengeschmack des Fleisches zu erhalten. Vulcano setzt auf artgerechte Tierhaltung und fühlt sich hohen Tierwohlstandards verpflichtet: 200 % Auslauf, Innen- & Außenbereiche, teilweise mit Stroh, Duschen, entspannender Musik, Spielmöglichkeiten und Kratzbürsten

Vertrieb: Lebensmittel-einzelhandel (Rewe und Spar), Feinkostläden und Gastronomie, Schinkenwelt in Auersbach sowie Vulcanotheke im Palais Ferstel in Wien. Immer wichtiger wird der

an die Länder denken, die mit ihrem Lebensstandard an den Westen anschließen wollen und dazu auch das Recht haben, und diesen frühzeitig Wege aufzeigen, wie eine Landwirtschaft abseits von Massen- und Billigproduktion funktionieren kann.“

DIE „SCHÖNEN BILDER“ DES HANDELS

Auch der Lebensmitteleinzelhandel sei gefordert. „Der Handel produziert zu viele schöne Bilder, die den Konsumenten eine heile bäuerliche Welt vorgaukeln, die aber meist wenig mit der Realität zu tun haben“, so Habel, der mit Handelsvertretern selbst bereits einige Sträusse auszufechten hatte. Eine Gratwanderung, da der Landwirt selbst in den beiden größten heimischen Ketten – Rewe und Spar – gelistet ist. „Ich weiß, der Konkurrenzkampf ist hart. Aber bei der Aktionitis in der Fleischtheke gibt es nur Verlierer. Ich kenne die Kalkulation sehr genau. Fleisch, das zu Billigpreisen angeboten wird, kann von keinen artgerecht gehaltenen, glücklichen Tieren kommen“, so Habel, der beim Handel aber einen Trend in die richtige Richtung erkennt. „Die Handelsketten nehmen das Thema Tierwohl immer ernster. Schritt für Schritt findet eine Bewusstseinsveränderung statt – es gibt eine positive Entwicklung.“

Das Tierwohl, das Habel praktiziert und der Marken-DNA von Vulcano unverrückbar eingeschrieben ist: doppelt so viel Fläche wie vorgeschrieben und ein Auslauf mit Innen- und Außenbereichen. Dazu teilweise auch Stroh, Duschen und entspannende Musik, Spielmöglichkeiten und Kratzbürsten. „Bei der Musik wechseln wir zwischen Klassik, Rock und Pop – Austropop lieben sie, so wie ich. Einzig Schlagermusik möchte ich ihnen nicht zumuten“, schmunzelt Habel, der den Betrieb gemeinsam mit seiner Frau Bettina führt. Auch zwei von drei Töchtern arbeiten im Unternehmen. Was Habel besonders pflegt: Dank und Wertschätzung den Tieren gegenüber. „Ich bedanke mich jeden Tag bei Gott, dem Universum und den Schweinen – so wie ich es bzw. sie verstehe. Ich bedanke mich dafür, dass ich mich – ebenso wie andere Menschen – von ihnen ernähren kann, dass ich täglich lernen darf, dass ich mit ihnen und durch sie Geld verdienen darf und dass ihr Leben Sinn hat – dank ihnen wird das Leben anderer Lebewesen möglich.“

NÄCHSTES ZIEL: KLIMANEUTRALITÄT

Die nächste Stufe ökologischen Arbeitens steht unmittelbar bevor. „Wir arbeiten gerade an unserer

Thema: Vulcano Schinkenmanufaktur

Autor: Wolfgang Schober

ersten Ökobilanz, um unseren exakten CO₂-Fußabdruck zu errechnen. Aufbauend auf diese Daten ist es unser Ziel, so gut und so rasch wie möglich klimaneutral zu werden. Die Klimakrise ist die Herausforderung des Jahrhunderts, die durch Pandemie und nun durch den Krieg in der Ukraine leider in den Hintergrund gerät – jeder kann einen Beitrag leisten. Auch wir tun das und sind bereit dafür zu investieren. Auch wenn das Fleisch dadurch noch ein bisschen teurer wird. Wir wollen Qualität in allen Bereichen, dazu gehört, auch die Klimabilanz.“

Weitere Neuerung bei Vulcano: eine neue Produktkategorisierung. „Wir werden wahrscheinlich nie ein Großbetrieb sein und wollen mengenmäßig nicht auf Teufel komm raus wachsen, aber in der Qualität wollen wir noch besser werden und damit auch die Exklusivität unserer Produkte noch mehr hervorstreichen. Unser tägliches Ziel ist es, morgen noch besser zu sein als heute. Daher werden besonders hochwertige Teile künftig Bezeichnungen wie Klassik, Select,

Premium und Reserve tragen und damit unseren Kunden bessere Orientierung bieten.“

Trotz aller Unsicherheiten blickt Franz Habel positiv in die Zukunft. Einen Schreckmoment bescherte ihm der Beginn der Pandemie, als die Umsätze durch den Wegfall der Kunden aus den Bereichen Gastronomie und Feinkostläden von einem Tag auf den anderen wegbrachen. „Wir haben rasch reagiert, intern umgeschichtet und Kosten in Vertrieb und Marketing gesenkt – am Ende hatten wir zwei sehr erfolgreiche Wirtschaftsjahre trotz Pandemie“, so Habel, der sich selbst als „Geschäftsführer, Gründer und Saubauer“ bezeichnet. Im Krisenfall aber auch als Kapitän. „Auf der Kommandobrücke muss man Eisberge jederzeit erblicken und rasch reagieren können – das ist uns zum Glück gelungen. Manchmal ist es in unserer schnelllebigen Zeit einfach notwendig, Tempo rauszunehmen und erst, wenn die See wieder frei ist, volle Fahrt aufzunehmen. Daher sind wir weiterhin voll auf Kurs.“

Direktvertrieb über den eigenen Online-Shop. Die wichtigsten Märkte Österreich, Deutschland, Schweiz. Auch andere Zielmärkte (darunter etwa Singapur) werden beliefert. Den Betrieb führt operativ Franz Habel gemeinsam mit seiner Ehefrau Bettina. Auch zwei seiner drei Töchter (Katharina, Laura und Klara) sind im Betrieb tätig. Habels Motto: „In Wirklichkeit verändert TUN die Welt und nicht Reden.“

www.vulcano.at