

Vulcano Schinken reift mit neuer Generation in die Zukunft

Auf der Pressekonferenz „Erntedank“ würdigt Franz Habel als Inhaber und Gesicht der Vulcano Schinkenmanufaktur die 20-jährige Erfolgsgeschichte des Familienunternehmens. Er dankt Investoren, Partnern und Kunden für die gemeinsame „Ernte“. Gleichzeitig markiert diese Feier einen entscheidenden Wendepunkt: Vulcano stellt sich strategisch neu auf und fokussiert stärker auf das Endkundengeschäft. Damit reagiert das unabhängige Familienunternehmen auf die steigende Nachfrage nach regionalen, hochwertigen Produkten – eine Nachfrage, welche die Basis für nachhaltige Zukunft bildet. Tochter Laura Habel verstärkt das Unternehmen für die zukünftige Ernte als neue Gesellschafterin und bringt ihr Marketing-Know-how ein.



Franz Habel skizziert vom Familien-Stammbaum aus die Zukunft, in welche die Marke nun wachsen soll: „Vulcano ist zu 100% die Familie Habel und soll sich als Kultmarke noch weiter entwickeln!“

Mit neuem Schwung in die nächste Generation

Franz Habel bleibt die treibende Kraft hinter Vulcano, während Tochter Laura Habel als neue Gesellschafterin frischen Wind ins Unternehmen bringt. Mit ihrem Marketing-Know-how und innovativen Ideen wird Laura künftig eine zentrale Rolle im Ausbau der Marke spielen und die Kundenbindung auf ein neues Niveau heben. „Laura steht für die nächste Generation von Vulcano, die mit Begeisterung und Engagement an die Zukunft denkt,“ betont Franz Habel. Katharina Habel unterstützt im digitalen Bereich, um die Marke auch online noch stärker zu präsentieren. „Vulcano ist zu 100% in Familienhand“, so Franz Habel. „Wir wollen gemeinsam die Marke stärken und weiterentwickeln – und die Verbindung zu unseren Kunden noch enger knüpfen.“

DOWNLOAD HI-RES-BILDER <https://www.picdrop.com/vulcanoschinkenmanufaktur/v13G1A2MQL> ©Vulcano

Direkterer Kontakt mit Kunden als Zugpferd

Franz Habel von Vulcano sieht den direkten Kundenkontakt als wesentlichen Bestandteil dieser neuen Ausrichtung: „Wir wollen unsere Kunden nicht nur mit unseren Produkten begeistern, sondern auch mit authentischen Einblicken in unsere Arbeit und die Herkunft unserer Zutaten“, erklärt er. „Durch die Fokussierung auf das Endkundengeschäft können wir diese Nähe weiter ausbauen und den Menschen einen direkten Zugang zu unseren Produkten und unserer Philosophie ermöglichen.“ Ein besonderes Augenmerk wird künftig auf das Einkaufserlebnis vor Ort gelegt. Die Schinkenmanufaktur plant, verstärkt Verkostungen, Führungen und Veranstaltungen anzubieten. „Wir möchten nicht nur verkaufen, sondern ein Erlebnis schaffen. Unsere Kunden sollen mit allen Sinnen in die Welt des Vulcano Schinkens eintauchen können“, so Laura Habel. Neben der Schinkenerlebniswelt erwartet die Besucher zukünftig eine Schweineerlebniswelt im Innenhof, die faszinierende Einblicke bietet.



„Zusammen führen wir die Marke Vulcano in eine genussreiche Zukunft!“ – Vater Franz, alleiniger Vulcano-Geschäftsführer, mit Tochter Laura, frisch ernannte Gesellschafterin für die Kultmarke, die weiter reifen möchte.

Kultige-Schinkenerlebnisse ganzjährig

Franz Habel freut sich schon die Umsetzung seiner jüngsten Ideen: „An unseren beiden Standorten wird es immer wieder neue Produkt-Erlebnisse geben. Zum Beispiel haben wir ein spezielles Erntedank-Paket kreiert – ein erster Vorgeschmack darauf. Es enthält besondere Schinken-Raritäten und ist nur für kurze Zeit erhältlich. Auch haben wir immer wieder neue Live-Erlebnisse in Planung, etwa einen Weihnachtsmarkt, wie es ihn bisher noch nirgends gegeben hat!“

DOWNLOAD HI-RES-BILDER <https://www.picdrop.com/vulcanoschinkenmanufaktur/v13G1A2MQL> ©Vulcano

Einblicke in die Landwirtschaft

Franz Habel, der seine Arbeit als Bauer und die Verbundenheit zur Landwirtschaft lebt, teilt künftig seine Leidenschaft für die Themen Boden, Anbau und Traditionen auf einem neuen digitalen Kanal. Hier gibt er authentische Einblicke in das landwirtschaftliche Leben und seine Philosophie. „Mit dieser Plattform möchten wir unseren Kunden näherbringen, wie wichtig uns die Ursprünge unserer Zutaten und die nachhaltige Bewirtschaftung sind,“ so „da VulcanoFranz“.



Die „Reifeprüfung“ ausgesuchter Schinkenschmankerl mit teilweise über 60 Monaten Reifegrad ist immer ein Genusserelebnis

Online-Shop als wachsende Vertriebschiene

„Auch der bereits erfolgreiche Online-Shop wird mit neuen Produkten und exklusiven Angeboten gestärkt, um noch mehr Kunden in ganz Österreich und darüber hinaus zu erreichen“, so Laura Habel. Sie möchte mit dem Online-Shop neue Kunden und Kundenkategorien erschließen bzw. geographische Lücken im Vertrieb schließen. Es geht dabei aber immer darum, den Kunden auch vor Ort dorthin einzuladen bzw. den Vor-Ort-Kunden auch für die Möglichkeiten des Online-Shopping zu begeistern: „Wir wollen über die Grenzen hinaus, wie aktuell zum Beispiel nach Singapur, Asien.“

Partnerschaften im Handel bleiben bestehen

„Trotz des verstärkten Engagements im Endkundengeschäft bleibt Vulcano auch weiterhin ein zuverlässiger Partner im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie“, unterstreicht Franz Habel die Wichtigkeit von stabilen, langfristigen Handelsbeziehungen. Die bereits etablierten Kooperationen mit nationalen und internationalen Handelspartnern werden fortgeführt, um die Premium-Produkte der Manufaktur einer breiten Zielgruppe zugänglich zu machen.

DOWNLOAD HI-RES-BILDER <https://www.picdrop.com/vulcanoschinkenmanufaktur/v13G1A2MQL> ©Vulcano

Das Unternehmen Vulcano

Die Vulcano Schinkenmanufaktur mit Sitz in der Steiermark steht seit über 20 Jahren für handgemachte, regionale Spitzenqualität. Die Manufaktur kombiniert traditionelle Handwerkskunst mit modernen Produktionsmethoden und legt dabei besonderen Wert auf den einzigartigen Geschmack ihrer Schinken, nachhaltige Produktionsprozesse und das Tierwohl.



Am Standort in Auersbach bei Feldbach wachsen die „Lieferanten“ des Vulcano Schinkens und reifen als Produkt in der Schinkenmanufaktur noch weiter zur vollendeten Genuss-Güte heran.

FACT BOX

Vulcano Schinkenmanufaktur

- > MitarbeiterInnen: 30
- > BesucherInnen Schinkenmanufaktur Auersbach: mehr als 45.000 pro Jahr
- > BesucherInnen Vulcanothek Wien: mehr als 1.000 pro Jahr
- > EinkäuferInnen Online-Shop: mehr als 15.000 pro Jahr
- > Ältester Schinken: 111 Monate
- > Schwerster Schinken: 13 kg
- > Teuerster Schinken: 133 €/kg (8 Jahre alt)

Meilensteine Unternehmensgeschichte

2000 Gründung durch Franz Habel, Herbert Ehrenhöfer, Markus Fuchs und Hannes Stocker

2005 Ausbau des Betriebes mit neuer Reifetechnik

2012 Eröffnung Schinkenerlebniswelt

2024 Übernahme der Marke zu 100% in den Familienbesitz

PRESSEKONTAKT

Mag. Dr. Norbert Adam

Rubikon Werbeagentur GmbH // Leechgasse 25 // 8010 Graz // +43 316 831444-39 // adam@rubikon.at

Texte & Bilder ©Vulcano zur freien Verwendung

DOWNLOAD HI-RES-BILDER <https://www.picdrop.com/vulcanoschinkenmanufaktur/v13G1A2MQL> ©Vulcano