

HERNALS TRÄGT ROSA



Die Marke Manner im unverwechselbaren altrosa Design begleitet uns seit vielen Generationen in allen Lebenslagen. Das Stammwerk befindet sich im 17. Wiener Gemeindebezirk Hernals. Mit einem gewaltigen Investitionsvolumen von über 40 Million Euro wurde die Waffelproduktion umgebaut. Eine Produktions-

Revolution in der Süßwarenindustrie – so hat man doch von einer semiautomatischen, horizontalen auf eine vollautomatische, vertikale Produktion auf sechs Ebenen umgestellt. Heuer wird eröffnet.

Herr Schrott, welche Bedeutung hat Hernals als Standort und warum wurde die Produktion nicht an die Wiener Außen Grenzen übersiedelt?

Ich weiß, mutig; aber unser Standort in Hernals war immer schon ein Herzenthema für Dr. Manner. Seine Familie hatte hier im Jahr 1895 das Manner-Fabrikgebäude errichtet. Eine Übersiedlung wurde immer wieder überlegt, aber immer verworfen! Es ist einfach ein Standort-Commitment. Während viele Produktionen aus der Stadt abwandern, wollen wir die Industrie-Arbeitsplätze in der Stadt bewahren. Wir wollen die Beschäftigung dort anbieten, wo unsere Arbeiter wohnen.

Sie produzieren die Waffel auf sechs Ebenen. Wie darf ich das verstehen?

Unsere neue Produktion ist wirklich eine Revolution. So ein Standard ist in der

Süßwarenindustrie wahrscheinlich nirgendwo anders zu finden. Wir arbeiten von oben nach unten bis in den Keller, von den Grundstoffen, der Streichmasse, den Waffelöfen bis zu den Verpackungsmaschinen wird alles vertikal und vor allem automatisch abgewickelt.

Für welche Länder wird in Hernals produziert?

Die gesamte Waffelproduktion ist hier angesiedelt. Wir exportieren mittlerweile über 60% unserer Produktion und beliefern damit über 50 Länder. Wenn man dort Manner hört, sieht man rosa. Damit sind wir voller Stolz ein starker Botschafter unserer Heimat geworden. Manner steht für Österreich und natürlich besonders für Wien. In den Händen von Arnold Schwarzenegger hat es die Manner-Schnitte sogar bis nach Hollywood geschafft.



Firmengründer Josef Manner, 1865–1947

Eine österreichische Erfolgsgeschichte?

Absolut. Manner ist ein heute schon selten gewordenes Beispiel eines erfolgreichen österreichischen mittelständischen Unternehmens, das sich seit der Gründung zum Großteil noch immer im Familienbesitz befindet. Wir sind zwar seit 1913, also seit 105 Jahren eine Aktiengesellschaft – übrigens war das damals zeitgleich mit dem Start der Wiener Börse – kennen aber über 90 Prozent unserer



» Während viele Produktionen aus der Stadt abwandern, wollen wir die Industrie-Arbeitsplätze in der Stadt bewahren. Wir wollen die Beschäftigung dort anbieten, wo unsere Arbeiter wohnen. «

MAG. DR. ALFRED SCHROTT

Aktionäre, die uns ihre volle Unterstützung zur Weiterentwicklung des Unternehmens geben!

Lassen Sie uns kurz über die Markengeschichte plaudern. Seit wann gibt es die Manner-Schnitte?

Die Manner-Schnitte findet sich zum ersten Mal 1898 in einem Sortimentskatalog des Hauses Manner, und zwar unter dem eher sachlichen Namen „Neapolitaner Schnitte No. 239“. Diese Bezeichnung verdankt die Manner Schnitte, an deren Packungsgröße sich bis heute nichts verändert hat, einem frühen Sinn ihres Erfinders für kontrollierte Ursprungsbezeichnung: Die Haselnüsse für die Streichmasse zwischen den fünf Waffellagen stammten nämlich aus der Gegend um Neapel, einer von Wien aus als märchenhaft empfundenen Gegend, die schon damals mediterrane Sehnsüchte zu erwecken verstand.

Und woher kommt das Rosa?

Rosa steht für süß und Geschenk. Ursprünglich wurden die Schnitten lose verkauft, in Papier eingewickelt, mit einer rosa Schleife. Ein Stundenlohn eines Mitarbeiters waren damals übrigens sieben Schnitten. Irgendwann wurden die Schnitten in einer Holzkiste verkauft und in den 60er Jahren schließlich in der aktuellen Packung.

Und welche Bedeutung hat der Stephansdom im Logo?

Der Dom hält seit der Gründung quasi schützend die Hand über Manner. Der ursprüngliche



che Firmensitz befand sich am Stephansplatz Nr. 6. Deshalb wählte der Gründer, Josef Manner den Wiener Stephansdom als Marken-schutzzeichen. Die große Verbundenheit und gegenseitige Wertschätzung zwischen Manner und dem Wahrzeichen Wiens wird auch heute noch intensiv gepflegt. Zum Beispiel mit unserer finanziellen Unterstützung der Restaurierungsarbeiten mit dem „Manner-Mann“ im rosa Outfit, der auf der „Gehaltsliste“ der Firma Manner steht und seit vielen Jahren als Domsteinmetz in der Dombauhütte zu St. Stephan arbeitet.

Ein weiteres Beispiel der gelebten Verbundenheit ist das neu eröffnete Dom-Museum im damaligen Geschäft von Josef Manner, in dem es exklusive Manner Produkte zu kaufen gibt.

Wie sieht Ihre Marketing-Strategie aus?

Wer weltweit mitspielen will, aber kein Weltkonzern ist, braucht gute Ideen. Nicht zuletzt deshalb ist auch das Manner-Marketing kreativer und innovativer als jenes mancher Mitbewerber, denen wesentlich mehr Werbemittel zur Verfügung stehen. Jeder Mitarbeiter

darf bei uns Ideen entwickeln. Wir haben für alle ein offenes Ohr. Und so kommen wirklich ungewöhnliche Initiativen zur Welt, wie z.B. die Kooperation mit Ottakinger Bier, unserem Nachbarn aus dem 16. Wiener Bezirk Ottakring. Ja, richtig, ein Spezialbier mit Schokolade-Geschmack. Oder eine weitere Initiative: die größte Schokobanane der Welt, die Casali-Mega-Banane. Eine tolle PR-Story. Die Leute sollen schätzen, wie schwer sie ist. Oder auch unsere neue Werbelinie, in der unser Rosa inszeniert wird, mit einem Augenzwinkern. Vorsichtig frech, mutig, aber ohne Irritation. Rosa macht einfach glücklich...

Engagiert sich Manner im Sport-Sponsoring?

Unser Engagement konzentriert sich auf den Schisprung. Seit über 13 Jahren machen wir „Kopf-Sponsoring“ und auch Bandenwerbung. Das ist aus mehreren Überlegungen stimmig: 1.) weil Manner grundsätzlich winterlastig ist; 2.) weil der Länderkreis, in denen Schisprung attraktiv ist, sich auch mit unseren Marketing-Zielländern deckt; also Deutschland, Österreich und Slowenien; und 3.) weil die Sportler einfach sympathisch sind, ohne Allüren, Skandalen oder Eskapaden. Die Ski-Springer essen übrigens wirklich auch Manner-Schnitten! Das ist nicht bloß ein Werbe-Gag. Auch das ist uns sehr wichtig. Übrigens gibt es hier einige Parallelitäten zwischen dem Schisprung und Golf. Der Abschlag ist eine ebenso komplexe Bewegung wie der Hechtsprung nach vorne, so sagte man mir. Ich selbst habe weder das eine noch das andere probiert. Ein Bruchteil einer Sekunde, die entscheidet. Es spielt sich im Kopf ab, oder?

Manner und der Trend zur veganen Ernährung?

Manner war von Anfang an vegan. Da hat man bei uns noch gar nicht gewusst, was das ist. Unsere Schnitten werden ohne Milch hergestellt. Wir haben viele Fans unter den Veganern. Die bilden sogar eine Manner-Community und tauschen Rezepte aus. Aber abgesehen davon: Manner ist eine Nascherei, eine Belohnung, die guttut, ein nachhaltiger Energieschub!

www.manner.com



Der exklusive Wirtschaftsclub

Univ. Lektor Mag. Karin Strahner
Hameaustraße 20/1/2, 1190 Wien
+43 664 13 000 55
ks@ks-circle.com, www.ks-circle.com

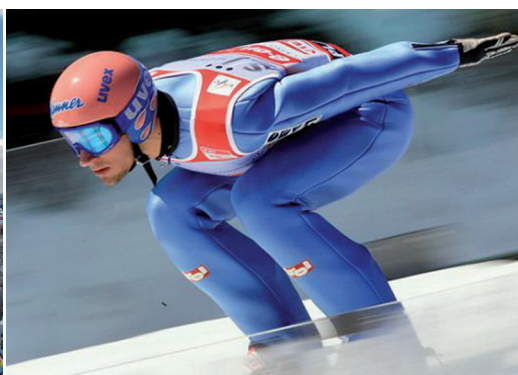
K.S.-Circle ist „starker Partner“ der Leitbetriebe Austria.



Mag. Dr. Alfred Schrott mit Univ. Lektor Mag. Karin Strahner



„Manner-Mann“ im rosa Outfit auf dem Stephansdom



Manner Sport-Sponsoring