

Braucht Landwirtschaft Marke?

Auf Einladung des Human Resources Business Clubs und des Marketing Clubs Salzburg erklärten Priska und Erich Stekovics (Stekovics GmbH) im SN-Saal in Salzburg, wie Marke in der Landwirtschaft entstehen kann und warum ihnen Saisonalität in Bezug auf ihre Produkte so am Herzen liegt.

Das Ehepaar Priska und Erich Stekovics bewirtschaftet in Frauenkirchen im Burgenland zirka 60 Hektar – von Tomaten über Knoblauch bis hin zu Zwiebeln und Paprika. Gemeinsam mit ihren Mitarbeitern versuchen sie sich dabei auch an ganz neuen, spannenden Sorten. Im Rahmen eines Vortrags, zu dem der Human Resources Business Club und der Marketing Club Salzburg am Dienstagabend in den SN-Saal einluden, sprachen Priska und Erich Stekovics über das Thema „Markenlose Landwirtschaft – wo gehst du hin?“.

„Ich träume von Saisonalität“, erklärte Erich Stekovics, der den Spargel als Vorzeigeprodukt nannte und dafür plädierte, von einem Ganzjahresangebot wegzukommen. „Wir haben zum Beispiel so tolles Wintergemüse. Das Angebot muss klarer und straffer werden.“ Für die Be-



Rund 100 HRBC- und MCS-Mitglieder (r.) lauschten dem Vortrag von Priska und Erich Stekovics (l.) im SN-Saal.

kanntheit von landwirtschaftlichen Marken bedarf es keiner ausgefallenen Marketingkampagne, in erster Linie müssen die Produkte Überzeugungsarbeit leisten. „Aber wir brauchen die ‚Red Bulls‘ von Obst und

Gemüse.“ Priska Stekovics hob auch die Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Kunden hervor. „Mit unseren Produkten geht eine sozialkritische Verantwortung einher, die uns sehr am Herzen liegt.“ Gerade

sei man dabei, ein eigenes Ketchup mit einem ungewöhnlich hohen Tomatenanteil und nur 7% Zucker herzustellen. Nach dem Vortrag blieb bei einem Buffet und Getränken genügend Zeit zum Netzwerken.



BILDER: SN/RANSMAYR (2)

Infos & Kontakt:

**HRBC –
Human Resources Business Club**

WWW.HRBC-CLUB.AT

MCS – Marketing Club Salzburg

WWW.MARKETINGCLUB-SALZBURG.AT