

Aida bringt Halal-Punschkrapferln nach Katar

Die Traditions Konditorei ist auf Expansionskurs:

Bald soll es in allen Landeshauptstädten eine Niederlassung geben, auch im Nahen Osten wird das Filialnetz ausgebaut. Das Unternehmen setzt dabei auf Franchisepartner.

Nora Laufer

Wien – Vormittags stochern Pensionisten in ihren Punschkrapferln, nachmittags nutzen Touristen den rosaroten Hintergrund für Selfies: Die – mittlerweile 31 – zuckerfarbenen Aida-Filialen ziehen seit mehr als hundert Jahren das Stadtbild Wiens. Rund zwei Tonnen Konditorwaren werden den Gästen täglich serviert.

Nicht nur hierzulande ist die Nachfrage nach den Süßspeisen groß: Die seit 1913 bestehende Konditorei eröffnet bald ihre neunte Niederlassung im Ausland. Nach Kroatien, Bosnien, Polen, Kasachstan, China und Saudi-Arabien folgt nun eine Filiale in Katar. Auch in Österreich und Deutschland soll es bald weitere Niederlassungen geben. Das Angebot ist dabei „überall das Gleiche“, sagt Aida-Sprecher Stefan Ratzemberger zum STANDARD.

Das Wiener Familienunternehmen wird mittlerweile in vierter Generation von Dominik Prousek geführt. Seit einigen Jahren setzt



Seit 2013 gibt es in Jeddah eine Aida-Franchise Filiale. Gäste finden dort das gleiche Mehlspeisenangebot wie in Österreich, nur die Punschkrapferln sind ohne Alkohol zubereitet.

Aida auf das Franchisemodell: Zwei der Wiener Filialen werden von Franchisepartnern geführt, wie auch sämtliche Niederlassungen im Ausland.

Um die Nachfrage zu decken, bauen 150 Konditoren jeden Tag drei Tonnen Süßspeisen im Wiener Gemeindebezirk. Ein

Drittel davon landet bei Sub-Händlern und im Ausland. Dazu werden die Torten innerhalb weniger Sekunden auf minus 25 Grad schockgefroren, um sie für bis zu sechs Monate haltbar zu machen. In den Franchise Filialen werden die Produkte dann aufgetaut und bekommen den letzten Feinschliff.

den Punschkrapferln in Saudi-Arabien und Katar sei außerdem kein Alkohol enthalten.

Sonst unterscheidet sich das Angebot kaum von jenem in Wien. Kunden können genauso einen Verlängerten oder eine Melange bestellen. Die Filialen seien aber „wesentlich moderner und luxuriöser“, so Ratzemberger. Neben heimischen Torten sollen Bilder vom Stephansdom „ein Stückchen Wien ins Ausland bringen“.

Nicht nur in Ländern im Nahen Osten und Asien will Aida ausbauen, sondern auch in der Dachregion, also in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Ziel sei es, bald in allen österreichischen Landeshauptstädten Filialen zu eröffnen. „Wir haben aber keinen großen Zeitdruck“, sagt Ratzemberger. In Deutschland werde hingegen ein Prinzip „ähnlich einer Hotelkette“ verfolgt, man sei bereits im Gespräch mit einem Hauptpartner. Im vergangenen Jahr machte Aida einen Umsatz von 26 Millionen Euro.

Die Süßspeisen sollen trotz der Ausweitung weiter in Wien hergestellt werden. „Wir haben die Kapazitäten, die Produktion auf zehn bis zwölf Tonnen pro Tag zu steigern“, sagt der Konzernsprecher. Man wolle die Herstellung in Österreich vor allem aufgrund von Qualitäts- und Geschmacksunterschieden beibehalten: „Butter in Kroatien schmeckt ganz anders“, sagt Ratzemberger. Die Rezepte seien seit über hundert Jahren nahezu die gleichen, daran wolle man festhalten.