

„Knödelwerkstatt“ als Regionsbotschafter!

Knödel-Drehchef wirbt mit mehreren 100.000nd Knödeln



Werner Dilly zeigt mit seinem Unternehmen „Knödelwerkstatt“ vor wie Kulinarik, Handwerk und Tourismus optimal miteinander verbunden werden kann. Die Verpackung der insgesamt 16 verschiedenen Sorten machen nicht nur Appetit auf schmackhafte ehrliche Knödeln sondern mit sympathischen Bildern auch auf die Pyhrn-Priel-Region. Die Konsumenten finden damit ein regionales Produkt und die damit verbundene Region in vielen oberösterreichischen und Kühllregalen. Über die Grenzen hinaus spricht damit das Produkt potenzielle Gäste an.

Der Unternehmer ist seit mehr als einem Jahr am Standort „Rosenau“ tätig und hat ein leerstehendes Gasthaus umgebaut. Gegründet hat er vor drei Jahren. Werner Dilly zeigt enge Verbundenheit mit der Region. Der Standort passt sehr gut zu den Produkten. Dieser und die Umgebung vermittelt die Echtheit der Produkte. Die „Knödelwerkstatt“, der Traditionsbetrieb ROHOL und das Ausflugsziel Hengstpass verschaffen dem Ort aber eine entsprechende Bekanntheit über die Bezirksgrenzen hinaus. Etwa 40 % der Produkte werden an die Gastronomie verkauft, der Rest über den Einzelhandel. Werner Dilly überzeugte in der bekannten TV-Casting-Show „2 Minuten zwei Million“ den Unternehmer Peter Haselsteiner von seiner Idee, der sich daraufhin in das Unternehmen investierte.

Auch was die Kooperationen angeht, ist der Chef der Knödelwerkstatt ein Vorreiter. Es wurden so viele Qualitäts-Lebensmittelerzeuger als möglich aus der näheren Umgebung eingebunden. Der Rest der Zutaten stammt in erster Linie aus Oberösterreich und ein geringerer Anteil aus den angrenzenden Bundesländern.

Die kleine feine und vor allem qualitativ hochwertige Lebensmittelproduktion hat im Wirtschaftsstandort „Bezirk Kirchdorf“ eine entsprechende Bedeutung. Eine Nische in den Wirtschaftsstandort „Bezirk Kirchdorf“ auch auszeichnet. Regionale Lebensmittel sind für die gute Positionierung Arbeitgeberregion von wesentlicher Bedeutung. Für MitarbeiterInnen ist die Versorgung mit qualitativen Lebensmitteln und eine herzhaft Kulinarik durchaus ein Standortfaktor.

