

Deutsche Fleischer digitalisieren

Die Fleischerbetriebe in Deutschland wollen verstärkt mit neuen digitalen Angeboten um Kunden werben. Ein Ziel seien beispielsweise Bestellungen per Smartphone, sagte Gero Jentzsch vom Deutschen Fleischer-Verband. Im Idealfall könnten Verbraucher Fleisch und Wurst dann auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten abholen - etwa in speziellen Kühlfächern, die sich per Handycode öffnen lassen.



Dauerbrenner in der Branche sei das Thema Nachwuchs und Fachkräfte, sagte Jentzsch. Viele Betriebe stünden in nächster Zeit zur Übernahme an, es gebe aber zu wenige Fachkräfte, die die Geschäfte fortführen könnten. Weil Ausbildungsplätze immer häufiger unbesetzt blieben, fehlten später auch die entsprechenden Fachkräfte. „Vor zwei Jahren haben wir deshalb

eine Nachwuchs-Werbekampagne gestartet“, sagte Jentzsch. Die Kampagne „Ausbildung im Fleischerhandwerk - Anders als du denkst“ gilt als Vorzeigeobjekt für moderne und effiziente Marketing- und Kommunikationslösungen. In diesem Jahr wurde sie von der 13-köpfigen Expertenjury des Fox Awards mit einer Goldmedaille ausgezeichnet. Das Konzept basiert auf der Erkenntnis, dass die Berufe des Fleischerhandwerks deutlich attraktiver sind, als dies von Branchenunkundigen angenommen wird. Die zentralen Botschaften zielen darauf ab, dass die Fleischerberufe ideal sind für Genussexperten, für Ideenreiche, für Anpacker, für Verkaufstalente und für Traditionsverliebte.

Dem Verband zufolge ist die Zahl der Fleischerbetriebe in Deutschland im vergangenen Jahr um rund 400 auf 13.158 zurückgegangen - vor allem, weil geeignete Nachfolger fehlen.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at