

11 Grilltipps von Grillweltmeister Adi Matzek

Grillweltmeister Adi Matzek ist ein absoluter Könner mit der Grillzange: Für Fleisch & Co hat der Maestro elf Tipps zusammengestellt, wie Fleischer den Hype rund ums Grillen vielleicht noch besser nutzen können.



*Grillgott Adi Matzek bei seiner liebsten Beschäftigung. © Waldviertel
Tourismus / Wasserbauer*

1. Kalb einmal anders: die Fleischkategorie Kalb rosé

Kalb rosé ist für viele noch ein relativ neues Produkt, obwohl es jetzt schon einige Jahre am Markt ist. Hier ist Kalbfleisch im Spiel, das bereits etwas älter und schwerer ist und somit einen sehr starken eigenen Charakter entwickelt hat.

Ein Test dieser neuen Kategorie zahlt sich auf alle Fälle aus: Mit

etwas dunklerer Fleischfarbe und einem wesentlich höheren Gewicht als normales Kalbfleisch ergibt sich ein interessantes Produkt, das eventuell auch für ein jüngeres Zielpublikum passen kann.

Die **Niederösterreichische Rinderbörse** hat hier eine beachtliche Entwicklungsarbeit geleistet, dort bekommen Sie auch Infomaterial und die Beschaffungswege, aber auch ein sensationelles POS-Material für Ihre Kundschaft.

2. Schwein, einmal anders angeboten

Wann haben Sie das letzte Mal eine Überarbeitung Ihrer Zerlegung mit den **Schnittlisten** umgesetzt? Sollte das einige Zeit her sein, dann passt es jetzt gerade optimal! Überprüfen Sie, wie Ihre Möglichkeiten bei den klassischen Spareribs, den Karreeknochen, sind und versuchen Sie an den Spareribs entlang etwas mehr Fleisch vor allem vom Kettenbereich auf die Ribs zu schneiden. Damit haben Sie automatisch mehr Gewicht an den Ribs, und die Kunden werden Ihnen auch trotz eines höheren Preises danken. Auf der anderen Seite ist dieser Schnitt für jene, die sehr viele Karreerosen benötigen, eigentlich ein Muss! Da die Kette ja auf ein Verarbeitungsfleisch 70 zu 30 reduziert wird und weil sich diesen Verlust eigentlich niemand leisten kann.

Auch vom Schopf können ganz einfach einmal Presa, Pluma und Money Muscle herausgeschnitten werden, vor allem wenn Sie eher gut durchwachsene Qualitäten in der Fleischbank verkaufen. Sie sind der Meinung, der Schopf wird dadurch entwertet? Ganz im Gegenteil: Dieses Teil bekommt eine Aufwertung, und Sie können sich in der Benennung und im Genusserlebnis Ihrer Kunden auf einem neuen Level als Experte präsentieren.

Klar kosten diese Schnitte Zeit, aber es gibt auch einen **Cut**, der sich fast von selbst erledigt. Beratungen dazu bieten wir sehr gern in einem kombinierten **Grillseminar** mit Fleisch-Special-Cuts in meiner Grillschule an.

3. Gerätevielfalt und Geräteboom

Die Feuerküche kehrt in die Gärten zurück. Zusätzlich zu Kugelgrill und Co. sind nach wie vor die tollen Gasgrillgeräte auf dem Vormarsch. Unabhängig davon gibt es einige Trends wie die Lagerfeuerküche, die vor allem Menschen mit Gärten genießen können. Die Tisch- und Sitzgrillgeräte, die mit Holz befeuert werden und mit einer massiven Stahlplatte ausgerüstet sind, gewinnen immer mehr die Gunst der Kundschaft. Das Lagerfeuerfeeling ist unvergleichlich, zusätzlich ist auch in der kalten Jahreszeit eine Wärmequelle mit Feueremotion ein toller Begleiter. Das unbeliebte Putzen reduziert sich auf ein Minimum, weil die Platte nur mit der Spachtel gereinigt wird und mit Öl neu versiegelt wieder auf die nächste Grillchallenge wartet. Die Gasgrillhersteller haben auf diesen Umstand längst reagiert und bieten verschiedenste Arten von Planchas aus verschiedenen Materialien an. Sie sehen: Die Grillzange in der Hand des Grillmeisters wird immer mehr auch durch die Spachtel ergänzt. Diesem Umstand sollte auch die Grilltheke immer wieder angepasst werden.

Beachten Sie auf alle Fälle die Möglichkeiten, die sich im Bereich des Faschierten dadurch ergeben. Oder auch ganz einfach bei bestehenden Rezepturen von Wurstmassen, die Sie einfach nur als Sticks, Taler oder Laibchen formen und vorgebrüht mit diversen Abänderungen in Farbe, Geschmack und Textur ohne direkten Preisvergleich verkaufen können.

4. Rind, einmal anders angeboten

Bieten Sie eine einzige Art von Rindfleisch wie z. B. klassisch Fleckvieh an oder bieten Sie Ihren Kunden eine Rassenvielfalt? Wenn Sie einer **Rasse** treu bleiben, könnten Sie in der Zukunft ein Problem bekommen, denn Kunden von heute wollen immer wieder neue Erlebnisse und Besonderheiten. Treue ist ja eine wertbeständige Handlung, es könnte aber auch sein, dass Sie dabei mit Ihrem Angebot auf der Strecke bleiben. Dies soll absolut keine Au#forderung zum Griff auf ausländisches Fleisch sein! Bei uns in Österreich haben wir schon eine Unzahl an

Landwirten, die als Anbieter verschiedene Rassen mit Erfolg züchten. Es lohnt sich durchaus, eine regionale Kooperation mit einem Anbieter von in Österreich gezüchteten Rassen einzugehen. Es kann auch beim Fleckvieh der gewohnte gute Qualitätsstandard weiter ausgebaut werden, aber ab und zu ein Zusatzangebot kann Mehrwert bedeuten.

5. Grillseminar nach außen für Kunden als Eventtipp

Kundenbindung bzw. -belohnung über die Zusammenarbeit mit **Grillschulen** oder Grillprofis. Gestalten Sie im Betrieb oder bei einem Ihrer besten Gastrokunden einen besonderen Abend für Ihre Topkunden. Verkaufen Sie limitierte Tickets oder finanzieren Sie aus Ihrem Werbebudget einmal einen derartigen Kundenabend mit dem Grill- oder BBQ-Thema oder einem Schwerpunkt!hema, das eventuell auch in Ihrer Theke abgebildet wird bzw. werden soll. Eine Querfinanzierung ergibt sich automatisch, wenn Sie einige Journalisten und Meinungsbildner einladen. Sollten Sie bereits auf Social Media aktiv sein oder auch nur eine Homepage besitzen, können Sie aus derartigen Events jede Menge Content für Ihre Öffentlichkeitsarbeit bekommen.

Einfach einmal das Herz haben und auslagern! Da in den letzten Jahren die Zeit der Führungspersonen doch immer knapper wird, empfehle ich einen Grillprofi aus der Grill-Szene zu holen und ein bestehendes Konzept auf Ihren Betrieb anzupassen und zu adaptieren. Somit erhalten Sie, ohne Ihren eigenen Mitarbeiter und Ihre eigenen Ressourcen zu viel zu strapazieren, einen perfekten Event für Ihre Kunden.

Auch hier haben wir verschiedene Konzepte vom Grillseminar über Grill-Infotainment bis Feuerzauber, Steaktasting und so weiter – sprechen Sie uns an! Wir werden einen gemeinsamen Event extrem schnell und effektiv umsetzen können, von dem Ihre Kunden noch lange sprechen werden. Ein Bonus für die Zusammenarbeit mit uns sind die gemeinsamen Wurzeln der Fleischerei, denn von Fleischermeister zu Fleischermeister werden viele Dinge einfacher und vor allem klarer.



Bei Grillseminaren und Grillevents gelingt es Adi Matzek die Mitarbeiter und Chefs gleichermaßen zu motivieren. © J. Kernmayer

6. Hochleistungsbrenner

Die Gerätschaft Ihrer Kunden entwickelt sich auch im Bereich der Hochtemperaturbrenner immer weiter. Von der **Sizzle-Zone von Napoleon** bis zum Beefer und anderen Herstellern, allesamt machen sie um die 800 °C in kurzer Zeit und quasi auf Knopfdruck.

Die Kundschaft, die derartige Grillgeräte besitzt, ist

anspruchsvoll und zumeist sehr gut informiert. Sie wird bei Ihnen gereifte und topgereifte Edelprodukte suchen, **Dry Aged** ist hierbei sozusagen Pflicht. Schöpfen Sie Ihre Kompetenz aus, bevor es andere tun. Sollten Sie bei den Reifethemen noch am Anfang sein, ist dies kein Problem. Sie sollten jetzt aber nicht mehr darüber nachdenken, sondern auch mit kleinen Schritten sofort in die Umsetzung und in das neue Kundenangebot kommen.

7. Trendthema „Sous vide“

Haben Sie schon **sous-vide**-vorgegarte Angebote in Ihrer Fleischtheke für Ihre Kunden? Wenn Sie diese Frage mit Nein beantworten müssen, ist es auch hier an der Zeit, als Problemlöser für Ihre Kunden zu agieren! Denn mit einem Sous-vide-Angebot verkaufen Sie Ihren Kunden Produktsicherheit und Produktstabilität auf sehr hohem Niveau mit. Für die Einfachheit und die Stabilität in der Zubereitung wird der Kunde den höheren Preis gern bezahlen. Auch hier gilt, besser jetzt mit einem Produkt zu beginnen, als noch ein Jahr darüber nachzudenken. Sie haben bereits über Ihre Schinkenkompetenz vieles an Erfahrung, und die Kombination einer Fleischereiausstattung mit einem reinen Sous-vide System birgt ein enormes wirtschaftliches Potenzial für Ihren Betrieb. Ihre Kunden werden Sie für derart vorbereitete Grillprodukte lieben! Sollten Sie das nicht wollen, dann verschieben Sie das Sous-vide-Thema gern wieder aufs nächste Jahr.

8. Grillseminar zur Mitarbeitermotivation nutzen

Das Beste in der Mitarbeiterschulung ist die Motivation. Die beste Motivation erhalte ich bei einem geringen Stresspegel oder einem beherrschbaren Stresspegel. Wenig Stress beginnt bei hoher Kompetenz und Fachwissen, dies erlange ich über Fortbildung – in Form einer Teambuildingmaßnahme mit eigenen oder Fremdprodukten im Rahmen eines **Grillseminars** mit dem Firmenteam im Betrieb oder – auch perfekt – im Zuge eines Firmenausflugs mit Standortwechsel.

Die perfekte Umsetzung gelingt mit einem Angebots-Check von vorhandenen Grillseminaren bzw. mit der gemeinsamen Konzepterarbeitung mit dem Grillschulangebot, das auf die Firmenbedürfnisse angepasst werden kann. Sie erhalten im Zuge eines gemeinsamen, sensorischen Erlebnisses neue, vertiefte Kompetenzen. Eventuell unterschiedliche

Wahrnehmungen in der Firmenstruktur werden danach vielleicht nicht mehr als trennend, sondern gar als bereichernd empfunden.

Durch diesen Austausch beim gemeinsamen Erfahren und Erlernen von außenstehenden Betriebspersonen können sich auch neue Elemente in der Firmenstruktur oder auch in der Angebotspalette ergeben.

9. Ausbildung zum Grill-Juror

Drücken Sie selbst wieder einmal die Schulbank und lassen Sie sich zum Testesser ausbilden. Die eintägige Ausbildung umfasst den Bereich der eigenen Sensorik bis zum Wertungsschema eines internationalen Grillwettbewerbs. Blicken Sie einmal hinter die Kulissen der Grillmeisterschaften und erweitern Sie Ihren eigenen Horizont. Sehen Sie sich die Spielwiese Ihrer Kunden an und ziehen Sie Ihre Schlüsse für Ihre Angebote und Ihre Kommunikation aus einer derartigen Schulung. Die Information zu den Terminen erfahren sie in der **Grillschule Adi Matzek**.

10. Eigenkontrolle mit Fremdblick

Führen Sie mit Ihren Mitarbeitern aus dem Qualitätssicherungsbereich und einem Teil der Verkaufsmannschaft eine Verkostung Ihrer eigenen Grillprodukte durch. Bereiten Sie gemeinsam mit externer Leitung eine Auswahl an eigenen Grillprodukten von Würsten bis Fleischprodukten vor, die gemeinsam mit Ihrem externen Coach definiert und von allen Beteiligten durch Verkostungsblätter verschriftlicht werden.

Sie werden überrascht sein, welche Erkenntnisse sich auftun, und vor allem wird das Verständnis Ihrer Erzeugnisse unter den Mitarbeitern wesentlich verbessert. Zusätzlich haben Sie ein internes Controlling und einen Meinungsaustausch, der durch die Mediation eines externen Coaches wesentlich besser in der Akzeptanz aller Beteiligten wirkt. Als Coach kann **Adi Matzek**, Doppel-Grillweltmeister und Fleischermeister, agieren, der dieses Konzept entwickelt hat. Er sorgt dafür, dass Ihre Angebotspalette im Grillbereich einem gemeinsamen, aber auch schonungslosen und unvoreingenommenen Check unterzogen wird, der am besten unter Miteinbeziehung Ihrer Mitarbeiter gelingt. Durch die externe Mediation können Sie auch Dinge einbringen und durchsetzen, die als Führungsperson allein immer schwierig, langwierig oder auch unmöglich waren.

11. Eventtipp zur Grillsaison 2025

Die jährlich stattfindende **Grill-Staatsmeisterschaft** findet am 5. und 6. September in Kaindorf in der Steiermark statt. Mischen Sie sich unters Publikum, sehen Sie, staunen Sie und verkosten Sie! Dort erleben Sie den Anspruch Ihrer Kunden von morgen.

Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://www.fleischundco.at)