Vorarlberg startet mit neuer Werbekampagne

Vorarlbergs Berufsgruppenversammlung stellte Produkt- und Markttrends in den Vordergrund

Gleich zu Beginn der Tagung wurde der Goldene Meisterbrief an drei Metzgermeister verliehen im Beisein von DI Bernhard Feigl, Spartenobmann Gewerbe und Handwerk, und Innungsgeschäftsführer Josef Wohlgenannt. Mit den wichtigsten Eckdaten, beginnend mit der Lehre, zeigte Fleischerinnungsmeister Gerold Hosp die lange und erfolgreiche Schaffensperiode der geehrten Unternehmer Arthur Egger, Hans Fink und Franz Klopfer auf. Die Anwesenheit von Altinnungsmeister KR Helmut Fink war für die drei Fleischermeister, die vor 50 Jahren ihre Meisterprüfung abgelegt hatten, eine besondere Ehre.

Abschied von seinen Funktionen als Innungsmeisterstellvertreter und Innungsausschussmitglied nahm Peter Greber wegen Pensionierung. Innungsmeister Hosp dankte dem Fleischermeister für sein Engagement.

Bestes aus Meisterhand

Im Frühjahr startet die neue Werbekampagne für die 71 aktiven Fleischerbetriebe in Vorarlberg. Die Slogans in Radio und Printmedien präsentiert die bekannte Kabarettistin Gabi Fleisch, die Mitte Februar ihr neues Kabarettprogramm „Fleisches Lust“ gestartet hat und durch Vorarlberg tourt. Die verschiedenen Spots, wie „Schmecken Sie täglich den Unterschied“, „Einkauf beim Fleischer kann sich jeder leisten“, „Bei uns steht das Gütesiegel nicht auf dem Etikett, sondern hinter der Theke“ und andere sollen dem potenziellen Kunden aufzeigen, dass der Metzgermeister an erster Stelle steht für Qualität und Vertrauen und die Preise auf marktüblichem Niveau sind.

Im Anschluss präsentierte Gerold Hosp Fotos von der Nacht des Genusses, die das große Interesse der Bevölkerung an dieser Veranstaltung verdeutlichten. Da sich bedauerlicherweise nur sechs Betriebe beteiligt hatten, wird die Aktion nun nur mehr alle zwei Jahre initiiert. Der Zusammenschluss mit den anderen Sparten im Lebensmittelgewerbe zur gemeinsamen Innung vor zwei Jahren zeige sich als richtige und gute Entscheidung, so Innungsmeister Hosp in seiner Ansprache: „Die Probleme sind ähnlich gelagert. Gemeinsam werden wir besser gehört.“ Wichtig sei auch die Zusammenarbeit mit Gastronomie, Lebensmittelhandel und Direktvermarktung.

Was die Ausbildungssituation betrifft, werden für die „Meisterprüfung neu“ in Vorarlberg berufsbegleitende Vorbereitungskurse bedarfsorientiert angeboten. Derzeit werden in acht Betrieben elf Fleischverkaufslehrlinge ausgebildet und in 16 Betrieben 24 Lehrlinge in der Fleischverarbeitung.

Das AMA-Handwerksiegel mit den drei Säulen „Meisterliche Verarbeitung – Regionale Herkunft – Unabhängige Kontrolle“, das vor einem Jahr vom AMA-Fachgremium als Gegenpol zum Handel geschaffen wurde, fand bis dato im Ländle nur geringes Interesse. Dies hauptsächlich aus geografischen Gründen, denn Vorarlberg hat auch Zulieferer aus Süddeutschland, erklärt

Wohlgenannt.

Österreichweit wurden laut Dr. Rudolf Stückler von der AMA Marketing bisher 100 Betriebe zertifiziert. Für jeden Betrieb werde ein Konzept erstellt. Fleischer müssen sich bewusst machen, dass sie ein anderes Sortiment anbieten können als der Lebensmitteleinzelhandel und andere Wege gehen können. Der Marketingexperte zeigt am Beispiel des bekannten Fernsehkochs Jamie Oliver, mit welcher Begeisterung in dessen Fleischerei in London Kunden in einem Dreistundenkurs für 250 Euro Fleisch zerlegen, Steaks herausschneiden und danach gemeinsam verkosten.

Verbraucherinformationsverordnung 2014

Wohlgenannt berichtete von der Bundesausschusssitzung zur Allergenkennzeichnung mit dem zuständigen Bereichsleiter vom Gesundheitsministerium Dr. Ulrich Herzog. Für die Deklaration von unverpackter Ware werde von den betroffenen Sparten nach Lösungen gesucht, die für alle praktikabel sind. Vorstellbar sei eine Standardallergenliste für Produkte, die im Lebensmittelkodex verzeichnet sind und somit nur Waren ausgezeichnet werden müssen, die nicht nach dem Kodex produziert werden.

Weitere neue Vorschriften sind die Kenntlichmachung des Einfrierdatums bei gefrorener Ware, Aufgetautes müsse als solches deklariert werden, zugefügtes Wasser bei einem Anteil von mehr als fünf Prozent müsse angegeben werden, und bei verpacktem Faschierten sei der Fettanteil mit der Angabe „Fettgehalt geringer als …“ aufzuzeigen.

Auf die Problematik einer Hygiene-Transparenzdatenbank, wie sie vor einiger Zeit der Vorarlberger Gesundheitslandesrat gefordert hat, wies Wohlgenannt hin. „Wir wehren uns dagegen, dass der Unternehmer an den Pranger gestellt wird. Es existiert ein Lebensmittelsicherheitsgesetz, und es muss kein Parallelgesetz aufgebaut werden.“ Eine solche Online-Plattform

wäre nur eine populistische Hetzkampagne und stelle keinen Schutz für Konsumenten dar. Zudem wäre dafür eine Änderung im österreichischen Lebensmittelgesetz erforderlich.

Trends und Sommelier-Kurs

Erstmals wird im WIFI Hohenems ein Lehrgang zum diplomierten Fleischsommelier angeboten. Die Ausbildung in drei Modulen mache den Fleischer zum Botschafter in Sachen Fleisch. Denn eine zeitgemäße, kompetente Beratung erfordere umfassendes Wissen. Der Handel ist in dieses Thema bereits voll eingestiegen – der Vorarl-berger Lebensmittelhändler Sutterlüty mache in seiner Akademie eigene Sommelierkurse für Mitarbeiter.

Mit interessanten und teils auch deprimierenden Zahlen und Fakten ließ Stückler aufhorchen – der Gesamtfleischverbrauch in Österreich sei bis Ende 2011 seit 1960 um 63 Prozent gestiegen. Auffallend dabei, dass der Rindfleischkonsum auf dem Niveau von 1960 stehe und hingegen der Geflügelkonsum um 594 % angewachsen ist. Schweinefleisch hat im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von 48 Prozent verzeichnet.

Vierte Stelle im Vertrauensindex

Und obwohl Fleisch, Wurst und Schinken aus Österreich beim Branchenimage an vierter Stelle im Vertrauensindex stehen – nach Apotheken, WIFI bzw. Weiterbildungseinrichtungen und Mineralwässern –, werde nur ein von zehn Kilogramm Fleisch und Wurst im Fachgeschäft gekauft.

Aus einer Vielzahl und von verschiedenen Standpunkten erstellten Prozentzahlen und in Relationen gesetzten Werte findet der versierte Statistiker Stückler einige Gründe für die zunehmenden Probleme der kleinen Gewerbebetriebe. Einer davon ist die zunehmende Verlagerung zum Essen außer Haus. So steht der Fleischkonsum im Haushalt mit 49 % Anteil einem Außer-Haus-Verzehr von 59 % gegenüber. Davon sind 70 % der Gastronomie zuzuordnen, der Rest falle auf Betriebskantinen,

Krankenhäuser usw.

Die kleineren Haushalte und die Berufstätigkeit von Mann und Frau seien auch Wegbereiter für eine Zunahme bei Fertigprodukten. Dies könne als Innovationsgedanke für Fleischer weitergesponnen werden: kochen und Essen liefern.

Bonusfleischer Karl Wegschaider

Betriebswirt und Fleischermeister Karl Wegschaider, der als Gast der Versammlung beiwohnte, präsentierte bei der Gelegenheit das Konzept der Werbe- und Einkaufsgemeinschaft der Bonusfleischer. Die bis dato 114 Mitgliedsbetriebe gewähren ihren Kunden zehn Prozent Bonus auf Frischfleisch und punkten mit gemeinsamen Werbeauftritten. Ziel der Vereinigung sei der Zusammenschluss möglichst aller Fleischerbetriebe in Österreich zur Etablierung der Marke Bonusfleischer als „Königsklasse der Feinkost“.

Von Karin Sauro

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at