

Aktiv die Zukunft gestalten

Das diesjährige Chefmeeting der Bonusfleischer fand am Musterhof des Hütthaler-Projekts Hofkultur statt. Die vielfältigen Inhalte der Veranstaltung hatten eine Botschaft gemein: Nur aktives Gestalten der Zukunft führt zu besseren Aussichten.



Den Tagungsort hat das Bonusfleischer-Team Karl und Brigitte Wegschaider wohl nicht rein zufällig gewählt: Am wunderschönen Hütthaler-Musterhof in Rüstorf, im malerischen Hausruckviertel gelegen, leben nicht nur Philipp und Daniela Hütthaler mit ihrem Sohn Anton – sondern hier wurde auch die perfekte Verbindung zwischen dem bestehenden Fleischereibetrieb und dem Zukunftsbild geschaffen. Denn dieser Musterhof gilt als DAS Zentrum des innovativen Tierwohl-Projekts, das die nachhaltige Fleischerzeugung langfristig

prägen wird – darüber sind nicht nur alle Initiatoren aus dem Hause Hütthaler überzeugt, sondern es spiegelte auch die einhellige Meinung der Gäste des Chefmeetings wieder.

Eine besondere Hof-Führung

Bereits der erste Rundgang am Anfang des Treffens brachte beeindruckende Einblicke: Der Geschäftsführer Herbert Hütthaler, Philipp Hütthaler und der tierärztliche Leiter des Projekts, Mag. Dominik Eckl, erklärten die neuen Wege im Detail – von der Tierhaltung, über die Schlachtung bis hin zur Verarbeitung und zum Vertrieb der qualitativ hochwertigen Fleisch- und Wurstprodukte. Die Vorgaben in Sachen Auslauf, Tierhaltung und Regionalität liegen deutlich über den offiziellen AMA-„mehr Tierwohl“-Richtlinien, was sogar die NGOs von „Vier Pfoten“ überzeugt hat. Aber nicht nur das: Die Vorteile des umfassenden Programms wurden auch von der Universität für Bodenkultur Wien offiziell bestätigt. (Lesen Sie dazu den ÖFZ-Bericht in der vorigen Ausgabe oder auf unserer Homepage.) Für die Branche abseits der neuen „Nachhaltigkeitsstrategien“ waren solche Vorgaben natürlich neu. „Anfangs war es schwer, Partner-Bauern für das Projekt zu gewinnen“, erinnerte sich Herbert Hütthaler, „mittlerweile sind aber 26 Höfe mit dabei, die das Projekt mit voller Überzeugung vertreten.“

Mit dem gläsernen Schlachthof, der Anfang 2019 eröffnet, wird der Kreis der Nachhaltigkeit bald geschlossen sein. Dieser Zugang zur Fleischproduktion ist vorbildlich, aber auch sehr aufwendig. All die Projektdetails wurden von den anwesenden Fleischern als große Herausforderung, aber auch als ebenso große Chance für die Zukunft des Fleisergewerbes betrachtet. Die einhellige Meinung: Artgerechte Tierhaltung, generelles Tierwohl und Nachhaltigkeit in der Fleischvermarktung sind die Themen, die eine Abkehr von der Massentierhaltung und Mengenvermarktung bedeuten und Konsumenten immer wichtiger werden. Doch was bedeutet diese Entwicklung für gewerbliche Fleischer, und wie soll am besten darauf reagiert werden? Eine Arbeitsgruppe der Bonusfleischer soll sich im

nächsten Jahr intensiv mit dieser Thematik auseinandersetzen.

„Genug gejammert!“

Mit gewohnt akribischem Blick widmete sich dann auch Fleischsommelier und Grill-Experte Hans Stabauer den aktuellen Problemen der Branche. Unter dem Titel „Fleischerei – quo vadis“ nahm er die veränderten Ess- und Einkaufsgewohnheiten der Gesellschaft ins Visier, ermahnte die Anwesenden, dass diese Entwicklungen kein Grund zum Jammern seien, sondern besser als Initialzündung betrachtet werden sollten und man sich auf die neuen Bedingungen einstellen solle. „Schließlich könne man hochwertiges Fleisch mit all seinen Inhaltsstoffen durchaus auch als ‚Superfood‘ vermarkten“, ist sich Hans Stabauer sicher. Dafür gelte es allerdings, die Kompetenzen im Verkauf zu stärken und die Kräfte des Handwerks strategisch richtig zu bündeln. Auch hier wurden die Bonusfleischer bereits aktiv und stellen für alle ihre Mitglieder Strukturen und Marketing-Material zur Verfügung.

Von verlockend bis brisant

Und gleich ging's weiter zum nächsten Programmpunkt – der bei den Anwesenden auf Freude stieß: Franz Brixner, Leiter des Gastrodienstes der Kastner Gruppe, stellte ein verlockendes Einstiegsangebot für alle Bonusfleischer vor. Das Familienunternehmen Kastner ist auf die Belieferung von Handwerk und Gastronomie in Ostösterreich spezialisiert und bietet günstige Konditionen für attraktive Zusatzprodukte. Nach dem Mittagessen ging es mit dem Vortrag „Power Solution – - Energiesparen im Fleischerbetrieb“ weiter – mit vielen Wow-Effekten im Bezug auf Einsparungspotenziale.

Aber richtig brisant wurde es dann beim nächsten Programmpunkt: Kassendiebstahl und andere Betrügereien durch Mitarbeiter waren Thema des gemeinsamen Vortrags von Roland Rameseder von der abs-Detektei und Andreas Walka von Bizerba. Wie „heiß“ und leider auch aktuell dieses Thema

wirklich ist, stellte sich bald heraus: Fast jeder der anwesenden Fleischer wusste von Fällen aus dem eigenen Unternehmen zu berichten. Häufige Stornos und plötzliche Änderungen im Umsatz seien Warnsignale, so die Experten. Lückenlose Überwachung und die Verwendung von Bargeldautomaten können die Verluste minimieren, betonten die Vortragenden. Allerdings müsse man beim Einbau von Kameras die aktuellen DSGVO-Bestimmungen beachten, denn unter anderem ist dazu auch die Zustimmung der Mitarbeiter notwendig.

Online als Chance

Eine Chance für kleinere und auch größere Handwerksbetriebe, am Kuchen des Online-Umsatzes mitzunaschen, ist die Plattform myProduct.at. Sie wurde 2009 von den drei Freunden Thomas Poscher, Rainer Neuwirth und Michael Schruief gegründet, damals waren gerade mal Produkte von drei umliegenden Betrieben im Angebot. Heute präsentiert die Plattform 8.000 Produkte von rund 500 Betrieben aus ganz Österreich. Einer der erfolgreichen Gründer, Michael Schruief, erläuterte in einem kurzweiligen Vortrag die Möglichkeiten und die Chance für regionale Produzenten. „Heutzutage sollte jedes Produkt auch im Netz zu finden sein. Denn die meisten Konsumenten suchen ihre Produkte bereits online – wenn der Kunde dann im Netz das Gewünschte nicht findet, ist dies an sich gleichzusetzen, als ob das Produkt gar nicht existieren würde“ so warnt der sympathische Gründer auch im anschließendem Talk mit der Österreichischen Fleischerzeitung.

Daher ist es immens wichtig, seine Produkte im Netz zu präsentieren – und natürlich gilt auch hier: Je professioneller und schöner die Präsentation, desto eher wird der Kunde aufmerksam. „Wir unterstützen österreichische Handwerksbetriebe dabei, ihre Produkte auch online ins beste Licht zu rücken“, verspricht Schruief, „das fängt bei guten Fotos und der richtigen Beschreibung an und hört beim Vertrieb und der Vermarktung auf“, so der erfahrene Onliner. Und dass sie einen guten Job machen, bestätigte auch Ossi Mühlstätter, der

Henkele und weitere Produkte auf der Plattform hat und äußerst zufrieden damit ist.

Es war, wie gewohnt, ein sehr interessantes Chefmeeting: Die aus Österreich und Bayern zahlreich angereisten Bonusfleischer diskutierten die Themen durchaus kontrovers. Ganz einig war man sich aber in der festen Überzeugung, dass die besten Zukunftschancen in einer Qualitätsoffensive liegen.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at