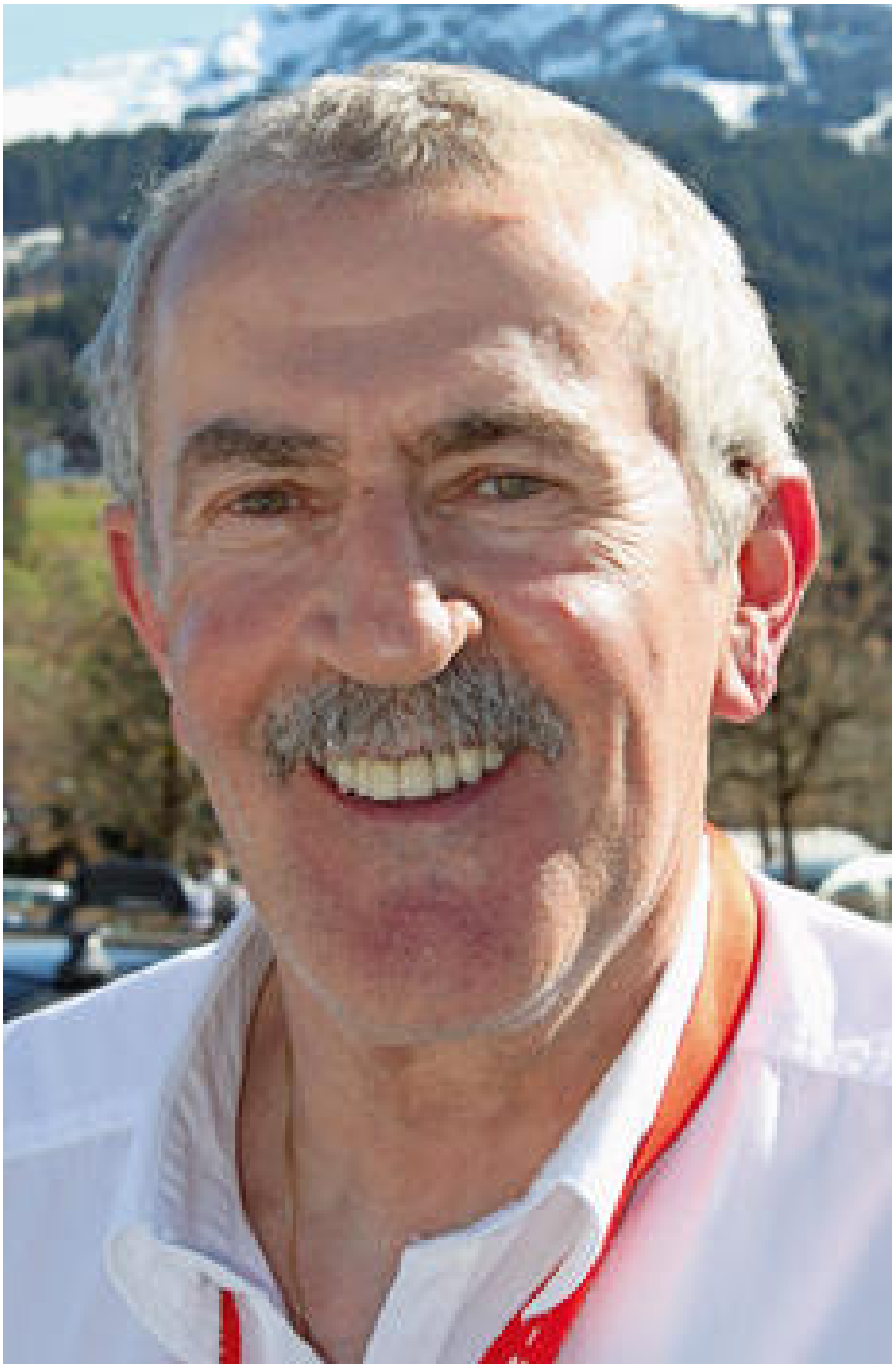
Brief an die Fleischer (4)

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
ich darf mir als Branchenkenner heute das Recht herausnehmen, dem Berufsstand der Fleischer einmal den Spiegel vorzuhalten und einige Fehlentwicklungen innerhalb der Branche aufzeigen.



Die 1990er-Jahre brachten mit dem Beitritt zur Europäischen Union eine markante Veränderung in der gesamten Vermarktungskette von Fleisch und Wurst. Einerseits hatte die Landwirtschaft bereits im Vorfeld des Beitrittes begonnen, sich auf die neuen Bedingungen einzustellen. Neben der Einführung

von Qualitätsprogrammen wurde das Hauptaugenmerk vor allem auf die Herkunft Österreich gelegt. Andererseits begann die Fleischwarenindustrie, in zweifacher Hinsicht aus den engen Schranken des österreichischen Kodexes herauszutreten. Die Produktentwicklung wurde vielfältiger, phantasievoller und vielfach auch qualitätsbewusster. Gleichzeitig wurden aber auch die Kodexgrenzen aufgeweicht und somit eine Produktion unterhalb der bisher gewohnten Preisschienen ermöglicht.

All diese Entwicklungen wurden nach meiner Einschätzung vom Handel mehr oder weniger rasch berücksichtigt und in die Vermarktungsstrategien aufgenommen. Die markantesten Beispiele dieser Entwicklung sind das AMA-Gütesiegel, die Billa-Bauernhofgarantie und nicht zuletzt die Entwicklung zum sogenannten Wasserschinken, der erst vor einigen Jahren die öffentlichen Gemüter erhitzte. Letzteres war nach den mir vorliegenden Informationen vor allem in der Gastro-Belieferung zu spüren.

Was geschah in der Fleischerbranche? Einfach ausgedrückt: HERZLICH WENIG! Nicht, dass das AMA-Gütesiegel das Allheilmittel für die Branche gewesen wäre. Dazu war die realistisch erreichbare Marktmacht der Fleischer bereits damals zu unbedeutend. Die AMA brauchte stärkere Partner zur erfolgreichen Umsetzung dieses Programms. Ich habe damals innerhalb der Fleischerbranche die Visionäre vermisst, die mit dem richtigen Instinkt für den Markt und auch dem notwendigen Mut zu neuen Wegen beispielgebend für die ganze Branche gewesen wären. Anstatt die Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft zu suchen und daraus eigene Vorteile abzuleiten, sah man vor allem die Selbstvermarkter unter den Bauern als neue Konkurrenz an, die es auszugrenzen galt. Ein früher Schulterschluss mit der Bauernschaft hätte vielleicht damals schon zum heute so erfolgreichen Trend der Regionalität geführt. Zur Ehrenrettung der Branche sei allerdings gesagt, dass es doch einige Fleischer mit Weitblick gab, die ohne Vorurteile eine Kooperation mit der Urproduktion eingegangen sind. Ich kenne einige, die schon seit Jahren einen Vorteil aus

dieser Verbindung ziehen.

Es gab innerhalb der Fleischerbranche damals auch so gut wie keine Zusammenarbeit. Mangels eigener wirksamer Strategien verschanzte man sich hinter Konkurrenzneid und gegenseitigem Misstrauen. Erst vor etwa 15 Jahren wurde begonnen, eine Kooperationsbewegung auf die Beine zu stellen, auf die die Bezeichnung „professionell“ zutrifft. Trotz anfänglicher Schwierigkeiten wurde aus dieser Initiative eine echte Bewegung, die sich konsequent einer offensiven und vor allem gemeinsamen Marktbearbeitung verschrieben hat.

Genau das bräuchte die Fleischerbranche im Wettstreit mit dem Handel. Bündelung aller positiven Kräfte im Marketing und dazu das persönliche Engagement jeder einzelnen Unternehmerfamilie in den Geschäften vor Ort.

Mit kollegialen Grüßen, Karl Wegschaider

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at