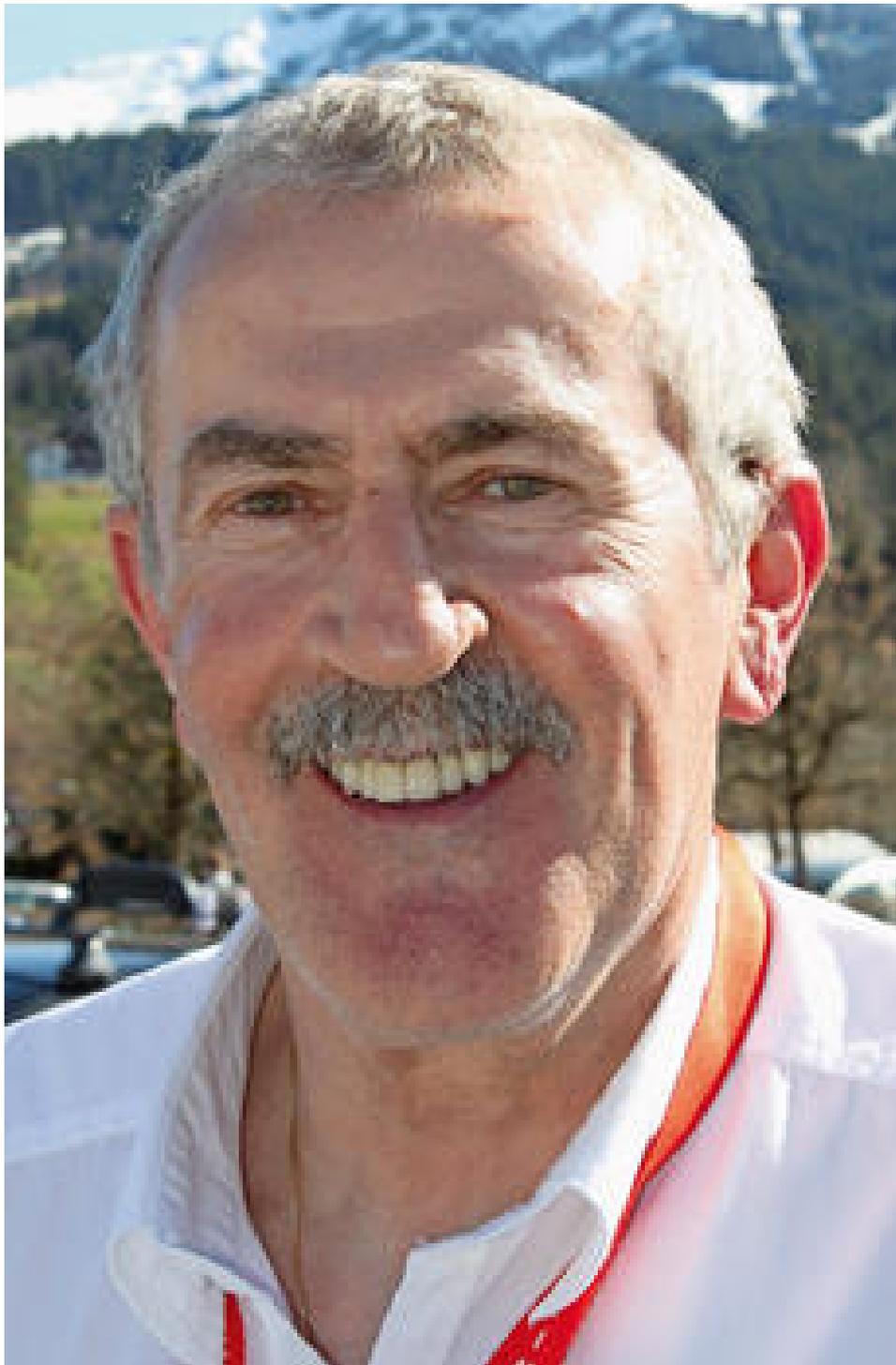


Brief an die Fleischer (5)

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
Einzelkämpfer anstelle von konzentrierter Branchenkraft – das ist der am häufigsten anzutreffende Weg innerhalb der Fleischerbranche. Der Handel gibt Millionen von Euro für seine Werbung aus. Darüber hinaus ist jede Handelskette für sich eine eigene Marktmacht. Wie soll da, bitte schön, ein Fleischer zwischen diesen Mühlrädern von Supermärkten und Diskontern bestehen können? Darauf gibt es nur eine einzige Antwort: Zusammenarbeit!



Ich werde oft von Fleischern aus meiner Umgebung auf die übermächtige Stellung der Handelsriesen im Verkauf von Fleisch- und Wurstwaren angesprochen. Darauf, dass die ruinöse Preispolitik unseriös wäre und dieser Geschäftsbereich quer finanziert wird aus dem reichhaltigen Fundus der allgemeinen

Verbrauchsgüter und sonstigen Lebensmittel. Kaum einer beginnt bei sich selbst zu suchen. Kaum einer getraut sich, seine eigene Leistung kritisch zu hinterfragen, geschweige denn lässt er Kritik von außen zu.

Jede mir bekannte Handelsfirma betreibt den Fleisch- und Feinkostbereich als eigenen Geschäftszweig oder zumindest als eigenes Profitcenter. Querfinanzierung aus anderen Sortimentsbereichen ist – wenn überhaupt – bestenfalls die Ausnahme. Die Fleischmanager des Handels haben allerdings einen Riesenvorteil gegenüber einem einzelnen Fleischermeister: Sie sind eingebettet in ein Netzwerk von unmittelbaren Branchenkollegen und Kollegen aus anderen Unternehmensabteilungen. Sie können ihre Strategien gemeinsam erarbeiten und erhalten permanent Rückmeldungen aus anderen Bereichen. Dadurch werden einerseits Ideenreichtum und Meinungsvielfalt gewährleistet und andererseits fördert ein gesundes Kritikwesen eine permanente Weiterentwicklung. Was kann ein Einzelkämpfer aus der Fleischerzunft dem entgegen stellen?

Neben der Arbeit in Schlachtung, Produktion und Verkauf soll auch noch Zeit bleiben für die Entwicklung von Werbekonzepten und erfolgreichen Verkaufsideen? Wer bringt wirklich die Kraft auf, sich neben dieser vielen Arbeit auf die Kunden und deren speziellen Bedürfnisse zu besinnen? Welcher Fleischermeister oder welche Meistersgattin nimmt sich Zeit für sich selbst und die persönliche Weiterentwicklung?

Fragen, die vielfach mit einem einzigen Satz beantwortet werden: „Dafür habe ich leider keine Zeit mehr!“ Genau das ist aber eines der großen Probleme im Fleischerberuf. Neue Entwicklungen werden nicht erkannt oder zu spät aufgegriffen. Die Mitbewerber aus den eigenen Reihen und des Handels werden gar nicht oder nur unzureichend analysiert. Dadurch wird aber auch der Zufluss neuer Ideen und Gedanken von außen verhindert. Es muss nicht sein, dass jeder Fleischermeister für sich das Rad neu erfindet – das ist zu mühsam und zu

langwierig. Holen Sie sich Unterstützung innerhalb der eigenen Branche, bündeln Sie Ihre Kraft mit gleichgesinnten und ähnlich aufgestellten Kollegen. Jeder hat die gleichen Probleme und viele haben bereits passende Lösungsansätze gefunden.

Erfahrungsaustausch auf der einen Seite und Bündelung des Marktauftrittes andererseits – das sind aus meiner Sicht die richtigen Antworten auf die Marktmacht des Handels. Die Fleischer haben nämlich einen großen Vorteil gegenüber den Handelsfirmen: Die ungleich stärkere Kraft des Unternehmertums – sofern sie gut eingesetzt wird!

Mit kollegialen Grüßen, Karl Wegschaider

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at