

Das Snackparadies steht in den Startlöchern

Ob Mittagstisch oder Fertiggerichte: Die diesjährige Süffa widmet sich in einem Schwerpunkt dem wachsenden Außer-Haus-Verzehr zu profitieren



Gut essen wollen alle. Aber Zeit für aufwändige Zubereitungen nehmen sich nur noch die wenigsten. Metzgereien, die sich auf diese Entwicklung einstellen, machen gute Geschäfte. 58 Prozent der Betriebe sehen im Snackbereich mit heißer Theke, To-go-Produkten, Catering und Mittagstisch großes Wachstumspotenzial, so der Deutsche Fleischerverband.

Die Fachmesse Süffa präsentiert dazu von 28. bis 30. September in Stuttgart alles Nötige, um dieses Feld erfolgreich zu bespielen: neue Produkte und Konzepte, effiziente Spül- und Küchentechnik sowie

spannende Lösungen für Verpackungen und Ladenbau.

Das Süffa-Trendforum stärkt die Fleischerbranche in Workshops und Seminaren mit Know-how und frischen Impulsen. Denn es gilt, mit Vielfalt und neuen Produkten zu locken. Denn mit dem klassischen Fleischkäseweck oder Schnitzelbrötchen ist es nicht getan.

Die Fleischerfachmesse präsentiert das gesamte Spektrum der Möglichkeiten: von der heißen Theke mit Wraps, belegten Brötchen und Salaten, über Mittagstisch und Partyservice bis hin zu selbstgemachten Konserven und Lieferdiensten für Firmenkunden. Wie der Deutsche Fleischerverband ermittelt hat, spielt der Außer-Haus-Verzehr im Metzgerhandwerk bundesweit mittlerweile zehn Prozent des Branchenumsatzes ein. 60 % der deutschen Fleischer bieten Snacks an. Und so viel ist sicher, in Österreich wird es nicht weniger sein.

Auch die Theke muss hier zum Verwandlungskünstler werden. Beispiele finden sich auf der Süffa etwa bei dem Ladenbauer Schrutka-Peukert. Mit einem Handgriff lässt sich die Snacktheke „Gastro Vario“ von der Bedien- zur Selbstbedienungstheke umrüsten. „Die wachsende Angebotspalette verteilt sich über die Saison und über den Tag. Von kalten Snacks zu warmen Gerichten auch per Frontcooking, von Salaten zu Suppen, vom Frühstück zum Nachmittagssnack bis zur Abendmahlzeit, eventuell auch zum Mitnehmen“, sagt Anja Wehrfritz von Schrutka-Peukert.

Einkaufserlebnis

„Imbiss- und Verzehrbereiche nehmen mittlerweile in vielen Fleischerläden mehr Raum ein als der eigentliche Verkauf“, bestätigt Innenarchitektin Ulrike Komrowski von Kramer Ladenbau. Bei der Gestaltung seien verstärkt Elemente aus der Erlebnisgastronomie gefragt: besondere Farbkombinationen und Materialien, emotionale Fotos. Ebenso wichtig wie die Innovation sei ein erkennbarer Bezug zur Firmentradition. In jedem Fall müsse deutlich werden, dass der Metzger noch selbst produziert, meint Ingo Kern, der einen klaren Trend zum „Hausgemachten“ erkennt.

Neben den Großhändlern Mega und Zentrag stellen zahlreiche Branchenzulieferer ihre neuesten Produkte und Dienstleistungen vor.

„Die große Herausforderung, ein Fleischersortiment erfolgreich zu gestalten, liegt in der Verbindung von Qualität, Flexibilität und Rentabilität. Abgestimmt auf unterschiedliche Zielgruppen mit individuellen Verzehrgeohnheiten, lassen sich abwechslungsreiche und attraktive Angebote für die Bedientheke, den Fleischerimbiss und das Catering entwickeln“, sagt Friedel Lemme von den Avo-Werken, die auf der Messe in Stuttgart neue Würzsaucen und Rohwurst-Snacks servieren.

Damit sich das Ganze problemlos, hygienisch und auch rechnerisch umsetzen lässt, schafft modernste, passgenaue und nachhaltige Spültechnik für Metzgerei- und Fleischereibetriebe die logistischen und technischen Voraussetzungen für ein perfektes Spül-ergebnis.

„Ob Laden oder Produktionsküche, To-go-Angebote oder Cateringgeschäft, für jedes Betriebskonzept und jede Größenordnung bieten wir auf der Süffa die individuell passende Spültechniklösung“, verspricht Ralph Kölch, Marketing- und Vertriebsleiter von Winterhalter Deutschland. (Red./Süffa)

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at