

Kärntner Schmankerlbus

Als Raimund Plautz die elterliche Fleischerei übernahm,
war deren Zukunft ungewiss – heute steht der
Familienbetrieb besser denn je da



von Wolfgang Schedelberger

Stolz zeigt Raimund **Plautz**, Kärntens Innungsmeister der Fleischer, seine beiden knallroten Lieferwägen, die dank eines bis ins kleinste Detail durchdachten Regalsystems über 200 regionale Artikel fassen. Mit dem mobilen Fahrverkauf werden in 14-täglichen Touren Haushalte in ganz Kärnten und in der benachbarten Steiermark angesteuert. Mit Jänner kommt ein dritter Lieferwagen dazu, bis Ende 2013 soll die Flotte dann auf insgesamt fünf Fahrzeuge anwachsen.

Die Idee, Lebensmittel per Hauszustellung anzubieten, ist nicht wirklich neu, und viele, die es in der Vergangenheit probiert haben, sind mit diesem Konzept gescheitert. Wieso glaubt Plautz also, in diesem schwierigen Marktsegment reüssieren zu können? „Ob wir dauerhaft erfolgreich sein werden, wird sich erst weisen, aber es lässt sich sehr gut an. Wir bieten halt keine Produkte an, die es auch im lokalen Supermarkt gibt, sondern zu 90 Prozent regionale Spezialitäten aus ganz Kärnten. Dazu gibt es noch bei uns im Betrieb selbst gekochte Speisen, die nur mehr erwärmt werden müssen“, erklärt Plautz. Frisches Fleisch hat der Fleischermeister natürlich auch im Sortiment, aber das macht weniger als zehn Prozent des Umsatzes aus.

Beratung statt Online-Shop

Eine Markstudie über den Kärntner Lebensmitteleinzelhandel hat ergeben, dass mehr als 80 Prozent der Kärntner mehr als zwei Kilometer zum nächsten Lebensmittelgeschäft gehen bzw. fahren müssen. Während berufstätige Menschen den Nahrungsmittel-einkauf mit dem Auto vor oder nach der Arbeit erledigen, bleiben ältere Menschen dabei oft auf der Strecke. Diese Fokussierung auf eine klare Zielgruppe erklärt auch, wieso für Plautz ein eigener Online-Shop für Vorbestellungen für seinen Fahrverkauf derzeit noch keine Rolle spielt. Ältere Semester sind einfach nicht so internetaffin wie junge Leute.

Doch wie gelingt es dann, den zu erwartenden Bedarf im Voraus möglichst präzise einzuschätzen? „Das sind Erfahrungswerte, die jeder Fahrer sehr gut einschätzen kann“, so Plautz. Wobei es interessant zu beobachten ist, wie groß auch scheinbar kleine regionale Unterschiede sein können. „Im Rosental wollen die Leute einen möglichst mageren Speck, mit jedem Kilometer nördlich von St. Veit an der Glan muss der Speck immer fetter werden“, erzählt der Kärntner Innungsmeister.

Beratung entscheidend

Entscheidend ist auch die Beratung vor Ort, wenn es darum geht, ein neues Produkt vorzustellen. Speck, Kasnudeln oder der derzeit so beliebte Heringssalat kommen natürlich aus eigener Produktion. Aber auch Gebäck, Eier, Milchprodukte, Wein, Schnaps, ja sogar der Senf kommen von Kärntner Qualitätsbetrieben, die sich über diesen zusätzlichen Vertriebskanal freuen.

Im Gegensatz zu den Diskontern, die auch in Kärnten den Markt dominieren, stehen sie hier nicht unter so einem Preisdruck, wie ihn große Ketten oft ausüben. Wobei die großen Lebensmittelketten oft nur vermeintlich billiger sind. „Mit Fremdmarken werden gerne Aktionen gefahren, die dann auf die Lieferanten abgewälzt werden. Bei vielen vorgefertigten Produkten, bei denen der Konsument den genauen Preis für die eingesetzte Ware nicht kennt, sind die Ketten oft teurer als inhabergeführte Lebensmittelhändler“, weiß Plautz, der mit seinem beliebten Heringssalat auch Firmen wie **Spar**, **Pfeiffer**, **Karnerta** und **Metro** beliefert.

Drittes Standbein

Während der gesamten 25 Jahre, in denen Plautz den Familienbetrieb leitet, hat sich permanent die Frage nach einem gesunden Wachstum gestellt. Dabei galt es, notwendige Investitionen in die Adaptierung der Produktionsstätte im historischen Stadthaus zu verdienen.

Die Gedanken an die Übersiedlung vor die Tore der Stadt oder den Aufbau eines Filialnetzes hat er jedoch wieder verworfen. Stattdessen hat er es geschafft, das ursprüngliche Fleischereigeschäft um einige Facetten zu bereichern. So wie andere erfolgreiche Fleischereien auch, hat er die eigene Wertschöpfung durch einen höheren Verarbeitungsgrad der angebotenen Produkte erhöht. Im nächsten Schritt wurde die Angebotspalette deutlich erweitert. Nicht nur um den bereits erwähnten Heringssalat, von dem Plautz pro Jahr unglaubliche

16 Tonnen produziert, sondern auch um fertige Speisen und zugekaufte Spezialitäten wie etwa Weihnachtsgebäck.

Ein weiteres Standbein ist die Belieferung der lokalen Gastronomie, die bei ihm nicht nur Frischfleisch, sondern auch vorgefertigte Kärntner Klassiker wie etwa die Maischerln, eine Innereispezialität, bestellt. Und dann catert Plautz mit seinem Team noch mehrere Großveranstaltungen pro Jahr, was auch ganz hervorragend läuft.

Mit dem Aufbau einer kleinen Flotte für einen kärntenweiten Detailverkauf sind die Expansionspläne des tatendurstigen Unternehmers fürs Erste gestillt. „Dieser Schritt war wichtig. Die nächsten Schritte darf dann mein Sohn Thomas machen, der als Betriebsleiter schon fix in den Betrieb integriert ist“, meint Plautz abschließend.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at