

Wenn die Wurst zum Berg kommt

Das Chefmeeting der Bonusfleischer wartete wieder mit einigen Überraschungen auf – unter anderem berichtete Kärntens Innungsmeister Raimund Plautz über sein neues Fahrverkaufskonzept



Für den einen oder anderen Denkanstoß gleich zu Beginn des Strategiemeetings der Gruppe der Bonusfleischer – diesmal in der Landwirtschaftskammer Oberösterreich – sorgte Gustino-Geschäftsführer Dr. Johann Schlederer. Als einer der Hausherren übernahm er gleich nach Mag. Karl Wegschaider und Johann Stabauer (Bonusgruppe) sozusagen die Begrüßungsworte, denn in der LK Oberösterreich ist auch VLV Gustino beheimatet. „Vor 20 Jahren hatte niemand gefragt, wo das verarbeitete Schwein

herkommt, denn es gab nur österreichisches Schweinefleisch. So gut wie alle Produktionsschritte spielten sich in der Umgebung und damit mehr oder minder im Blickfeld ab“, so Schlederer

.Diese Zeiten sind freilich vorbei: Und damit sei es wichtig, hier gegenzusteuern und den Konsumenten dementsprechend Informationen bereitzustellen, so Schlederer. Die Leute haben sich von der Lebensmittelproduktion entfernt, und auch wenn zum Glück ein Abflachen des Metzgersterbens zu beobachten ist, gilt es auch in diesem Punkt, ständig mit der Zeit zu gehen. „Wer sich nicht mit Veränderungen auseinandersetzt, wird auf der Strecke bleiben. Aber Sie sind damit nicht allein, der Landwirtschaft geht es genauso“, meint Schlederer. Ein Viertel der bäuerlichen Betriebe hat in den letzten 18 Jahren das Handtuch geworfen, und rund die Hälfte der bestehenden Landwirtschaften ist für die Zukunft sachgerecht gerüstet. Genau genommen ernüchternde Zahlen, die für eine „traurige Verbundenheit“ (Schlederer) zwischen Fleischern und Bauern sorgen.

Daher sein Appell: „Wir müssen gemeinsam auch auf politischer Ebene kämpfen“, ist der Fachmann überzeugt und plädiert daher für eine Zusammenarbeit zwischen Berufs- und Branchenvertretungen sowie auf Wirtschaftskammerebene. Denn 80 Prozent der Gesetzwerdungskampagnen gehen von den Sozialpartnern aus, und dies gilt es zu nutzen.

Neues vom Handwerksiegel

Anschließend schilderte Mag. Brigitte Neuhold von der AMA Marketing Neuigkeiten aus dem Bereich des AMA-Handwerksiegels. Denn gegenwärtig wird vonseiten der zuständigen Stellen an dieser Auszeichnung geschliffen und gefeilt. Ziel ist es unter anderem, durch verkürzte Kontrollen die Kosten zu senken. Ein weiteres Ziel sei es, das AMA-Handwerksiegel bei sehr kleinen Familienbetrieben vermehrt attraktiv zu machen, damit auch in dieser Zielgruppe diese betriebliche Auszeichnung auf größeres Interesse stößt. Übrigens gibt es zurzeit 34 AMA-Handwerksiegelbetriebe im

Fleischbereich, davon sind 22 Mitgliedsbetriebe der Bonusgruppe. Tendenz stark steigend, denn 43 Bonusfleischer-Betriebe haben unlängst dieses Siegel beantragt und werden damit ihre Fleischerei wohl in Kürze auszeichnen können.

„Wie wichtig das Handwerk ist, sieht man erst, wenn es nicht mehr da ist“, schildert Georg Zinkl, Geschäftsführer der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut seine Erfahrungen. Als Beispiel nennt er Schweden, wo es bis vor kurzem keinen einzigen Metzgermeister mehr gab. Zwar gab es produzierende Betriebe, die den Handel belieferten, aber keine Fleischermeister. Schlussendlich beschloss die schwedische Handwerkskammer hier gegenzusteuern – und schickte zwölf Metzger nach Landshut zur Ausbildung, die dort ihren Meister machten. Gelegenheit, die Schule vorzustellen, hatte im Zuge dessen auch Max Ebner, mehr oder minder frisch gebackener stv. Schulleiter und selbst auch Fleischermeister. Und er muss es schließlich wissen, denn der Metzgersohn absolvierte seine gesamte Ausbildung in Landshut.

Frisch ins Haus

Eine Stecknadel konnte man im Veranstaltungsraum fallen hören, als Raimund Plautz seine Erfahrungen aus dem von ihm konzipierten Fahrverkauf schilderte. Gespannt lauschte das Publikum den Ausführungen des durchdachten Konzepts des Innungsmeisters der Kärntner Fleischer, der auch selbst der Bonusgruppe angehört. Vier rote Fahrverkaufswagen mit der Aufschrift „Plautz frisch ins Haus“ sind seit mehr als einem Jahr in Unterkärnten unterwegs und versorgen die Kunden zu Hause mit Kärntner Schmankerln.

Die Fleisch- und Wurstwaren – vakuumverpackt in Haushaltsgrößen – stammen natürlich aus der Fleischerei Plautz. Allerdings gibt's auch Käsespezialitäten, Nudelvariationen, Milchprodukte und auch Kärntner Wein. „Ich habe Produkte ausgewählt, die qualitativ hochwertig, handwerklich verarbeitet und nicht überall erhältlich sind“, so Plautz. Damit ist man nicht automatisch mit Supermärkten und Co vergleichbar. Denn hier könne man preislich ohnehin nicht mithalten. Sehr gute

Erfahrungen hat Plautz mit kleinen Testprodukt-Paketen als kleine Einstiegshilfe für Neukunden: „Sobald der Kunde gekostet hat, ist der Preis sekundär“, erzählt Plautz von seinen Erfahrungen im Fahrverkauf.

Eine große Herausforderung war der Kühlbereich des Lieferwagens, da man Stellanlagen brauchte, die eine Wagenöffnung und damit einen Verkauf von allen drei Seiten ermöglicht. Schließlich entschied man sich, einen Teil zu kühlen, da auch unverderbliche Produkte mit an Bord sind, die ohnehin keine Kühlung benötigen. Wert legt Plautz dabei neben der hohen Produktqualität auf Zuverlässigkeit. „Das ist wie eine Filiale. Da kann ich auch nicht auf- und zusperren, wie ich will“, schildert Plautz.

So touren die vier Busse in 14-tägigen Intervallen von Haus zu Haus, frei nach dem Motto: Kommt der Berg nicht zum Fleischer, geht eben der Fleischer zum Berg. Denn die Zahl der Personen, deren Mobilität eingeschränkt ist, nimmt zu. So trifft man vermehrt Pensionisten zu Hause an. Eine mittlerweile dankbare Zielgruppe, da diese gerade im ländlichen Bereich wenig große Sprünge machen möchten – oder können. Und die Zahl derer, die ihre Rente konsumieren, wird in Zukunft bekanntlich steigen.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at