

Die Flexitarier als Neukunden im Fokus

Kompetenz vermitteln: Wer neue, anspruchsvolle Kunden von den Spezialitäten seines Metzgereibetriebes überzeugen will, braucht fundiertes Know-how über Fleisch- und Produktqualität und die Auseinandersetzung mit aktuellen Trends.



© 1.BSF

Kennen Sie Flexitarier? Sie ernähren sich flexibel, d.h.: Wie Vegetarier essen sie meist rein pflanzliche Produkte, aber gelegentlich eben auch Fleisch. Und wenn sie das tun, dann soll es besonders hochwertiges, im Idealfall sogar biologisch produziertes sein. Wäre das nicht eine wunderbare neue Zielgruppe für handwerkliche Metzgereien?

„Auf jeden Fall“, erklärt Barbara Zinkl, die Geschäftsführerin der **1. Bayerischen Fleischerschule Landshut**. Denn gerade die Metzgereibetriebe können mit einer Produktpalette aufwarten, bei der Herkunftsgarantien inklusive, aber Zusatz- und Konservierungsstoffe meist tabu sind. Diese Themen wollen freilich kommuniziert sein. Denn eine junge, anspruchsvolle (zahlungskräftige) Klientel ist nicht allein mit Werbesprüchen zufriedenzustellen,; sie erwartet neben fachlichem Know-how von Tierschutz über Rinder-/ Schweinerassen bis Veredelung der Rohware moderne Ideen und Produkte.

Fleischloses und „Hybrid-Würste“

So Fleisch – so gut. Doch die Haushalte werden immer heterogener: Flexitarier, Vegetarier und Veganer sitzen oft gemeinsam am Familientisch. Wie passt das mit dem regelmäßigen Einkauf beim Fleischer zusammen? Genau da sieht Zinkl die große Chance. Schließlich kennen Metzger ihre Kunden persönlich und sind die Spezialisten rund ums Thema Ernährung. Ob kreativer, zeitgemäßer Mittagsimbiss mit fleischlosen und vegetarischen Alternativen als Ergänzung zum Standardsortiment mit Braten & Co. oder innovative Grillpalette – es bieten sich zahlreiche Möglichkeiten, auch Flexitarier als Stammkunden ans Fachgeschäft zu binden.

Eine optimale Ergänzung des Sortiments stellen z. B. Hybrid-Bratwürste dar. Der beliebte Grillartikel ist ein echtes Geschmackserlebnis und zielt auf die gesundheitsbewusste Käuferschicht ab. Teile von Fleisch und Speck werden durch Gemüse ersetzt. Dadurch ergibt sich enorme Fettreduktion, aber auch eine besonders ansprechende Produktfarbe und Vielfalt bei der Thekenpräsentation.

Um neuen und Stammkunden solche Spezialitäten schmackhaft machen zu können, rät Barbara Zinkl zur Weiterbildung. Das Fachwissen vermitteln z. B. Michael Spitzauer und Emiliano Fiorentino, beide Metzgermeister und Fleischsommeliers, in Online-Seminaren ganz ortsunabhängig für die Landshuter

Schule. Motto: „Von Praktiker zu Praktiker.“ Von Imbiss- übers Grillsortiment bis zur handwerklichen Produktion von Hybridprodukten: Ein 1,5-stündiger Impulsvortrag skizziert aktuelle Marktveränderungen und Verzehrsgewohnheiten der Konsumenten, liefert kreative Impulse zur praktischen Umsetzung und öffnet reichlich Raum zur Diskussion. Ein Handout fasst Tipps und Tricks für diesen neuen Markt zusammen. „Gute neue Ideen kann heute jeder Betrieb brauchen“, findet Zinkl.

Autor: Horst Buchmann

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at