Fleischerei Krösbacher: „Wir müssen uns positionieren!”

Österreichs Fleischer haben großes Potenzial. Das gilt es, noch viel stärker nach außen zu tragen, sagt Fleischermeister und Fleischsommelier Helmut Krösbacher im großen Fleisch & Co-Interview.

C. Hasibeder

Die **Fleischerei Krösbacher** liegt im schönen Tiroler Stubaital und wurde 1905 gegründet. Fleischermeister und

Fleischsommelier Helmut Krösbacher verbindet in seinem Betrieb Tradition und Moderne. So **verfügt** die klassische Dorfmetzgerei über einen großzügigen Imbiss, der abends bis 23.00 Uhr geöffnet hat. Das ist für eine österreichische Fleischerei genauso außergewöhnlich, wie Helmut Krösbacher gemeinsam mit Grillweltmeister Adi Matzek zu den ersten Fleischsommeliers Österreich zählt.

Krösbacher zählt auch zu den Betrieben, die als erste einen Fleischautomaten aufgestellt haben. Seit einigen Jahren gibt es auch einen Onlineshop, über den Kunden aus dem DACH-Raum bestellen können. Mit Krösbacher Catering wurde eine Tochterfirma gegründet, im Rahmen derer das klassische Catering sowie die Grillschule (Steak, Fisch, Wintergrillen, etc.) und Grillseminare (seit 15 Jahren) abgewickelt werden.

Interview mit Helmut Krösbacher

Wir trafen den erfolgreichen Fleischermeister und Fleischsommelier zum Interview über die Stärken – und die Schwächen der Fleischerbranche.

Fleisch & Co: In diesem „Ausnahme-Sommer“ war Grillen wieder voll angesagt. Was waren die Trends?

Helmut Krösbacher: Die aktuellen Grilltrends sind ganz klar: Es werden nicht nur die Edelteile verwendet, sondern auch B- und C-Cuts –, wenn man so sagen will, Fleischteile der zweiten Wahl. An die man nicht gleich als Erstes denkt, wie zum Beispiel ein Meisterstück oder ein Fleet Byron Steak oder Flanksteak. Es läuft darauf hinaus, dass man das ganze Tier verarbeiten kann.

Nose-to-Tail bekommt immer mehr Bedeutung. Auch beim Grillen.

Fleisch & Co: Muss man das den Kunden erklären?

Helmut Krösbacher: Nein, das müssen wir nicht. Der Kunde von heute ist überaus gut informiert. Sei es durch die zahlreichen YouTube-Kanäle, die es mittlerweile zum Thema gibt. Auch die sozialen Netzwerke spielen heute eine enorme Rolle. Die Kunden kommen meist schon vor informiert in das Geschäft und haben eine klare Vorstellung davon, welche Fleischteile gegrillt werden sollen.

Fleisch & Co: Brauchen die Konsumenten überhaupt noch Unterstützung?

Helmut Krösbacher: Es ist tatsächlich eine große Herausforderung für uns, dass die Konsumenten viel besser informiert sind als früher. Da fällt zum Teil die Auf klärung weg.

Was sich aber die Kundschaft beim Fleischer sehr wohl abholen möchte, ist die Beratung. Also das Wie. Wie soll das Stück Fleisch gegrillt werden? Das müssen wir der Kundschaft mitgeben. Bei uns kann der Kunde auf eine Top-Beratung und unsere langjährige Erfahrung zählen.

Fleisch & Co: Ist Grillen nur den Sommermonaten vorbehalten?

Helmut Krösbacher: Grillen ist ein Ganzjahresthema! Etwa, wenn im Herbst das Martini-Gansl am Grill zubereitet wird oder zu Weihnachten und Silvester gegrillt wird. Das sind inzwischen fixe Grill-Events geworden.

Das ist dem sogenannten „Indirekt-Grillen“ zu verdanken. Damit hat Grillen als Ganzjahresthema zusätzlich an Fahrt aufgenommen. Denn ist es sehr angenehm, wenn ich bei kälteren Temperaturen oder im Winter nicht die ganze Zeit am Griller stehen muss. Da hat die Grilltechnik das ihrige beigetragen, dass es zum Ganzjahresthema wird.

Fleisch & Co: Welche Gerichte eignen sich für das Indirekt-Grillen?

Helmut Krösbacher: Das Martini-Gansl, ein Rinderrücken im Ganzen, Pulled Pork bzw. einen Schweineschopf über mehrere Stunden grillen und dann zerrupfen. Da gibt es genügend Beispiele, wie die Konsumenten tolle Gerichte zaubern können.

Fleisch & Co: Spielt die Fleischqualität am Grill heute eine größere Rolle als früher?

Helmut Krösbacher: Das hat sich in den letzten Jahren sehr zum Positiven gewendet. Es kommen Generationen nach, die nicht das billigste Fleisch möchten, sondern auf Qualität und Regionalität achten. Gerade diese zwei Punkte haben ganz stark an Bedeutung gewonnen.

Fleisch & Co: Und auch hier spielen all die gut informierten Konsumenten eine wichtige Rolle ...

Helmut Krösbacher: Ja, der Kunde ist viel besser informiert und weiß, wie man Fleischqualität erkennen kann – durch die Fettmarmorierung, durch die Ablagerung. Gerade das Thema der Fleischreifung hat stark an Bedeutung ge- wonnen. Themen wie Dry Aging und Asche- reifung kennt man aus den Medien. All das hat dazu beigetragen, dass die Kundschaft bewusster auf Qualität achtet.

Fleisch & Co: Dry Aging – lediglich ein Trend oder eine Haltung?

Helmut Krösbacher: Dry Aging ist ja erst ein einmal etwas, das nicht neu erfunden wurde. Das hat mein Opa schon vor hundert Jahren in der Metzgerei gemacht. Abhängen lassen war die einzige Reifemethode, die es für Fleisch gegeben hat. Technologien wie Vakuumverpackungen waren ja über lange Zeit nicht verfügbar. Die letzten dreißig, vierzig Jahre waren dann vom maschinellen Aufschwung geprägt. Vakuumverpacken und -lagern wurde möglich. Aber der Eigengeschmack von Fleisch hat darunter ein wenig gelitten.

Fleisch & Co: Dry Aging wird also Thema bleiben?

Helmut Krösbacher: Genau. Das Dry-Aged-Fleisch ist wieder in aller Munde und dieses Thema kommt ganz stark zurück. Die Konsumenten schmecken einfach den Unterschied – bei der Fleischreifung geht Flüssigkeit verloren – dadurch wird der Eigengeschmack von Fleisch viel intensiver und konzentrierter. Durch die Lagerung wird das Fleisch zarter, Enzyme können sich zersetzen. Reift es länger, schätzen die Kunden auch den nussig-erdigen Beigeschmack. Das hebt sich klar von der herkömmlichen Reifung ab.

Fleisch & Co: Welche Grundregeln sollte man beim Grillen beachten?

Helmut Krösbacher: Das beginnt an sich schon bei der Diskussion oder Entscheidung über den Griller. Ich finde aber, dass das keine Priorität hat. Egal, ob ein kleiner oder großer Griller, Holzkohle oder Gas. Es ist Einstellungssache. Die einen möchten das Ritual des Grillens erleben, Feuer machen und bei der altbewährten Methode bleiben. Wer es bequem möchte, entscheidet sich für den Gasgriller. Hier muss man nur einmal zünden und hat die gewünschte Temperatur.

Fleisch & Co: Worauf kommt es beim Grillvorgang selbst an?

Helmut Krösbacher: Ganz wichtig ist, wenn ich ein Stück Fleisch grillen möchte, dass man die richtige Grilltechnik wählt. Hat man große Stücke, die man im Ganzen grillen möchte, muss ich die indirekte Methode verwenden. Wenn man eine Steakschnitt-Größe beim Einkauf in der Fleischerei wählt, dann kann man das Fleisch direkt grillen. Direkt heißt bei 300 bis 400 Grad das Fleisch direkt am Grillrost legen. Indirekt legt man das Fleisch bei 180 bis 220 Grad mit geschlossenem Deckel am Griller und grillt es über mehrere Stunden.

Fleisch & Co: Grilltechnik und Grilltemperatur sind also entscheidend?

Helmut Krösbacher: Das Allerwichtigste ist die gewählte Grilltechnik. Hier gilt es, klar zu entscheiden, welche Methode man verwendet. Und dann sollte man nicht vergessen, dass man die richtige Kerntemperatur erreichen muss.

Im Mediumbereich die 55 Grad oder bei einem Schweineschopf im Ganzen sind es 70 Grad. Je fettmarmorierter das Fleisch ist, umso höher muss die Kerntemperatur sein. Wenn die richtige Kerntemperatur getroffen wird, dann ist das Ergebnis ein schönes, zartes, saftiges Fleisch. Aufpassen: die Gartemperatur vom Griller ist zweitrangig. Für eine zarte Fleischfaser kommt es auf die gewählte Kerntemperatur an.

Fleisch & Co: Ist eigentlich Fleischersatz beim

Grillen schon ein Thema?

Helmut Krösbacher: In meinem Umfeld und Bekanntenkreis ist der Fleischersatz kein Thema. Das dürfte auch daran liegen, dass die Liste der Inhaltsstoffe bei Fleischersatz sehr, sehr lang ist. Aus unserer Sicht als Fleischproduzenten, ist bis dato keine vernünftige Alternative erhältlich, die ohne eine lange Liste an Inhaltsstoffen auskommt und unter dem Strich eher schädlich als nützlich sind.

Fleisch & Co: Wie nehmen Sie den veränderten Fleischkonsum überhaupt wahr?

Helmut Krösbacher: Wir merken im Geschäft ganz stark, dass der Ernährungstrend dahin geht, dass Kunden pro Woche zum Teil nur noch zwei bis drei Mal Fleisch essen. Dafür wird aber gute Qualität eingekauft und regional. Das ist das wesentliche Thema geworden. Bei den Konsumenten ist es angekommen, dass der Ernährungsplan abwechslungsreich sein soll. Es soll das Stück Fleisch dabei sein, aber auch Fisch, Gemüse, etc. – in Summe macht es die Abwechslung aus.

Fleisch & Co: Tradition und Handwerk: Schlagworte oder wirklich wichtig?

Helmut Krösbacher: Wir sind eine Fleischerei, die auf überlieferte Traditionen und das Handwerk setzt. Ebenso auf regionale Herkunft. Das bedeutet, wir kaufen Rinder von den regionalen Bauern und schlachten und zerlegen selbst. Insgesamt kommen Rind, Kalb und Lamm ausschließlich aus Tirol. Schweinefleisch wird zwar in Tirol geschlachtet, kommt aber aus Oberösterreich. Wir sind in Tirol ja kein Schweinmarktland.

Fleisch & Co: ... und Tierwohl und Tierhaltung?

Helmut Krösbacher: Qualität schließt für mich Tierwohl und

die Tierhaltung mit ein. Speziell bei Rind, Kalb und Lamm spielt die kleinstrukturierte Landwirtschaft, wie wir sie in Tirol haben, eine große Rolle. Da ist das Tierwohl für mein Verständnis sowieso immer gegeben. Die Bauern versorgen bei uns durchschnitt- lich zwischen zehn und 15 Stück Vieh. Der Bauer kennt jedes Tier und weiß, wie es ihm geht. Kleinteiliger geht es nicht mehr.

Fleisch & Co: Das Produkt Fleisch steht in den letzten Jahre unter gesellschaftlichem Druck! Gut so?

Helmut Krösbacher: Wir können in dieser Diskussion nur gewinnen. Mit unserer kleinteiligen Landwirtschaft in Tirol sind wir transparent und offen für neue Entwicklungen. Ich meine, das ist ein Riesenvorteil für die Fleischereibetriebe. Wir haben eine Vielfalt an Getreide und damit Nährstoffe für die Tiere. Wir haben keine großen Mastbetriebe, keine Massentierhaltung. Wer bei uns Urlaub macht, kann sehen, dass auf den Almen zehn bis 15 Stück Vieh grasen. Jegliche Diskussion über Klimawandel und Massentierhaltung kann uns deshalb nur in die Hände spielen.

Fleisch & Co: Konnten die Fleischereien in bzw. aus der Coronakrise profitieren?

Helmut Krösbacher: Wir haben während der Krise gemerkt, dass die Kunden sehr stark begonnen haben, sich mit dem Thema Essen und den einzelnen Speisen zu beschäftigen. Es wurde hochwertig eingekauft, ganze Gerichte und Menüs gekocht. Dafür war vor der Krise zu wenig Zeit, sei es aus beruflichen Gründen oder man ging natürlich auch ins Gasthaus. Viele haben das Beste daraus gemacht und sich mit Kochen beschäftigt. Das ist – glaube ich – jedem Fleischer in Österreich zugute gekommen.

Fleisch & Co: Corona also eine Chance ...

Helmut Krösbacher: Auf jeden Fall. Corona war für das Fleischerhandwerk eine echte Chance, Kunden wieder zurückzugewinnen, die man verloren hat. Nicht zuletzt durch andere Lebensgewohnheiten, die diese Kunden vor der Krise hatten. In Summe denke ich, dass die Krise für uns Fleischer mehr oder weniger positiv war. Im Sinne von der Rückbesinnung auf Qualität und Regionalität.

Fleisch & Co: Herkunftskennzeichnung in der Gastronomie: richtig und wichtig?

Helmut Krösbacher: Ich würde die verpflichtende Herkunftskennzeichnung für die Gastronomie als Chance empfinden. Das gehört einfach zu unserer Kultur speziell in Tirol dazu. Dass man den Gästen, die in das Restaurant gehen, heimische Produkte und die Vielfalt in unserem Land auf dem Teller präsentiert. Das wir ja in Tirol von bekannten Köchen, aber auch vielen Betrieben ja schon praktiziert. Ziel muss sein: Wir können uns nicht dauernd über den Preis definieren. Da können wir nur verlieren.

Fleisch & Co: In den Fleischereien ist das ja schon längst Thema?

Helmut Krösbacher: Genau. Wir sind Mitglied bei den Bonusfleischern und früher auch bei den Tiroler Meistermetzgern. Wir haben seit zwanzig Jahren das bos-Rindfleischkennzeichnung-System, ebenso bei Kalb und Lamm. Die Herkunftskennzeichnung ist für uns Metzger überhaupt nichts Neues. Bei uns wird es aber als Selbstverständlichkeit betrachtet. Wahrscheinlich hatte das früher nicht diesen Stellenwert. Oft braucht es deshalb eine gesellschaftliche

Diskussion und diese haben wir jetzt.

Fleisch & Co: Welche Wünsche haben Sie für die Fleischerbranche?

Helmut Krösbacher: Dazu möchte ich das Beispiel des Self-Service aufgreifen. Diese Idee hat mir von Anfang gut gefallen. Das war der Grund, warum wir als erste Metzgerei in Tirol einen Fleischautomaten aufgestellt haben. Unser Gewerbe hat sich allerdings alles ein wenig nehmen lassen. Beispiel Tankstellen. Wir waren einfach nicht sehr innovativ. Und das ist es, was ich mir für die gesamte Fleischer- branche wünsche: selbstbewusstes Auftreten, mehr Innovation, besseres Marketing und Selbstdarstellung. Erfreulich: Es kommen junge innovative Metzger nach!

Fleisch & Co: Wo sehen Sie den meisten Nachholbedarf?

Helmut Krösbacher: Ich denke, bei der Positionierung und „sich selbst verkaufen“. Die Themen Verkauf, Onlinemarketing und Social Media spielen bei vielen noch eine untergeordnete bis gar keine Rolle. Es gibt auch noch immer Betriebe ohne Website. Klar kostet das Geld. Aber hier wird die Außenwirkung unterschätzt. Die Kunden, so meine persönliche Erfahrung beim Catering und in der Grillschule, infor- mieren sich zuerst online und kommen erst dann auf uns zu. Jeder Fleischer sollte sein eigenes Konzept finden und ausbauen.

Autorin: Barbara Egger

C. Hasibeder

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at