

Sprachkompetenz als Schlüssel zum Erfolg: So verbessern Fleischer aus dem Ausland ihre Geschäftsbeziehungen in Österreich und Deutschland

Wer als Fleischer aus dem Ausland nach Österreich oder Deutschland kommt oder bereits mit deutschen Partnerbetrieben arbeitet, kennt die Herausforderungen: neue Normen, andere Erwartungen, ein anderer Umgangston. Der Beruf ist zwar international in vielen Punkten ähnlich – doch beim Aufbau und der Pflege von Geschäftsbeziehungen zählt weit mehr als fachliches Können.



Bild: beige stellt

Sprache, Kommunikation und kulturelles Verständnis spielen eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, Vertrauen aufzubauen, sich im Markt zu positionieren und langfristig erfolgreich zu sein.

Deutsch lernen - nicht nur für den Alltag wichtig

Spätestens beim ersten Liefervertrag oder dem Kontakt mit einer Metzgerei-Innung wird klar: Ohne Deutschkenntnisse wird es schwierig. Fachbegriffe rund um Fleischsorten, Zerlegestandards, Hygienevorgaben oder Preisverhandlungen lassen sich nicht einfach mit Händen und Füßen erklären. Wer hier souverän auftreten will, muss sich verständlich machen können – und zwar auf Augenhöhe.

Ohne die entsprechenden Sprachkenntnisse ist das Ganze schier unmöglich. Deutschlernen steht deshalb bei vielen Fachkräften aus Ländern wie der Türkei, Rumänien, Ungarn oder Bosnien ganz oben auf der Prioritätenliste. Nicht nur, um sich im Alltag zurechtzufinden, sondern auch, um in der Berufswelt bestehen zu können. Dabei geht es weniger um grammatikalische Perfektion als um Sicherheit im Gespräch: Wie drücke ich mich klar aus? Wie erkläre ich meine Arbeitsweise? Wie verhandle ich über Lieferfristen oder Preise?

Gerade in der Fleischbranche, wo viel über persönliche Kontakte läuft, ist Sprache der Schlüssel zu erfolgreichen Geschäftsbeziehungen. Wer seine Kund:innen versteht – und umgekehrt – hat bessere Karten.

Kommunikation als Vertrauensfaktor

Die deutsche Fleischwirtschaft ist geprägt von mittelständischen Betrieben, von Familienunternehmen und festen Netzwerken. Wer sich hier als Zulieferer, Verarbeiter oder Fachkraft behaupten will, braucht nicht nur gute Produkte, sondern muss auch Vertrauen aufbauen. Und das geschieht fast immer über den persönlichen Austausch.

Ein gutes Beispiel: Ein Fleischer aus Serbien möchte seine hochwertigen Würste auf dem deutschen Markt anbieten. Das

Produkt ist einwandfrei, die Qualität stimmt – doch beim Erstgespräch mit einem regionalen Händler in Bayern kommt es zu Missverständnissen. Die Erwartungen an Verpackung, Haltbarkeit und Etikettierung wurden nicht klar kommuniziert, weil die sprachliche Barriere zu groß war. Die Zusammenarbeit kommt nicht zustande – nicht wegen der Ware, sondern wegen fehlender Kommunikation.

Solche Situationen lassen sich vermeiden, wenn frühzeitig in Sprachkompetenz investiert wird. Auch einfache Formulierungen und gezielte Branchenausdrücke können viel bewirken. Es geht nicht darum, perfekte Reden zu halten, sondern sicher und höflich zu kommunizieren – sei es am Telefon, per E-Mail oder im persönlichen Gespräch.

Sprachkurse für die Fleischbranche - eine sinnvolle Investition

In vielen Städten Deutschlands gibt es mittlerweile spezielle Sprachkurse für Handwerker:innen oder Berufstätige in der Lebensmittelverarbeitung. Sie richten sich gezielt an Menschen, die bereits arbeiten oder sich auf eine Tätigkeit vorbereiten – mit Inhalten, die praxisnah und branchenspezifisch sind.

Dabei stehen folgende Themen im Mittelpunkt:

- Berufsspezifisches Vokabular (z. B. Fleischteile, Maschinen, Hygiene)
- Kommunikation mit Kolleg:innen und Kund:innen
- Verständnis von Vorschriften und Sicherheitsregeln
- Grundlagen der schriftlichen Kommunikation (z. B. Lieferscheine, Bestellungen)

Für Fleischereien, die internationale Mitarbeitende beschäftigen, lohnt es sich, solche Kurse zu fördern – etwa über interne Weiterbildung, Kooperationen mit Sprachschulen oder staatliche Programme wie die berufsbezogene Deutschförderung (DeuFöV). Denn gut ausgebildete, sprachlich fitte

Mitarbeiter:innen wirken sich direkt positiv auf den Betrieb aus: Sie sind eigenständiger, kommunikativer und repräsentativer nach außen.

Geschäftsbeziehungen stärken - auch zwischen den Zeilen

Neben der Sprache spielen auch kulturelle Gepflogenheiten eine große Rolle. Was in einem Land als höflich gilt, kann in Deutschland als distanziert oder umständlich wahrgenommen werden – oder umgekehrt. Gerade im geschäftlichen Kontext hilft es, wenn man weiß, wie der deutsche Markt „tickt“.

Ein paar Beispiele:

- In Österreich und Deutschland wird Pünktlichkeit oft als Zeichen von Respekt gesehen – wer ein Treffen um 10 Uhr vereinbart, sollte nicht erst um 10:15 erscheinen.
- Preisverhandlungen sind üblich, aber meist sachlich und direkt geführt. Floskeln oder Ausweichmanöver kommen oft nicht gut an.
- Zertifizierungen, Etiketten und Herkunftsnachweise haben einen hohen Stellenwert – und sollten entsprechend vorbereitet und präsentiert werden.

Wer sich darauf einstellt, hat es leichter, stabile Geschäftsbeziehungen aufzubauen. Und wer sich mit Sprache und Auftreten sicher fühlt, kann auch in schwierigen Situationen souverän reagieren – etwa bei Reklamationen, Rückfragen oder Lieferengpässen.

Netzwerk aufbauen: Messen, Innungen und direkte Kontakte

Ein weiterer Schritt zur erfolgreichen Integration in den deutschen Markt ist die aktive Teilnahme am Branchengeschehen. **Fachmessen**, regionale Märkte oder

Veranstaltungen der Fleischer-Innungen bieten hervorragende Gelegenheiten, um Kontakte zu knüpfen und sich zu vernetzen. Dort lässt sich nicht nur die eigene Ware vorstellen, sondern auch viel über die Erwartungen potenzieller Partner:innen lernen.

Für Fleischer aus dem Ausland ist das eine wertvolle Chance, um ihre Präsenz zu zeigen, direktes Feedback zu bekommen – und Vertrauen aufzubauen. Auch hier gilt: Wer sich sprachlich ausdrücken kann, kommt leichter ins Gespräch. Ein sympathisches, klares Auftreten öffnet Türen – selbst wenn noch nicht jedes Wort perfekt sitzt.

Förderung und Unterstützung: Diese Angebote gibt es

In Deutschland gibt es verschiedene Programme, die Migrant:innen beim beruflichen Einstieg unterstützen. Dazu zählen u. a.:

- Berufsbezogene Sprachförderung durch das **BAMF** (Bundesamt für Migration und Flüchtlinge)
- Weiterbildungsförderung über die Bundesagentur für Arbeit
- Integrationskurse mit Berufsfokus
- Branchenbezogene Netzwerke, etwa über Handwerkskammern oder regionale Wirtschaftsförderung

Wer sich informiert und frühzeitig berät, kann diese Angebote gezielt nutzen – oft sogar kostenfrei oder mit finanzieller Unterstützung. Der Aufwand lohnt sich, denn bessere Sprachkenntnisse bedeuten nicht nur mehr Selbstständigkeit, sondern auch bessere Chancen auf gute Partnerschaften.

Sprache verbindet – auch in der Fleischwirtschaft

Für Fleischer aus dem Ausland, die in Deutschland Fuß fassen wollen, ist „Deutsch lernen“ mehr als nur eine praktische Notwendigkeit. Es ist der Schlüssel zu besseren Geschäftsbeziehungen, größerem Vertrauen und langfristigem Erfolg. Wer sich sprachlich weiterbildet, gewinnt Sicherheit – im Kundengespräch, bei Verhandlungen und im täglichen Betrieb.

In einer Branche, die stark auf Qualität, Handwerk und persönliche Kontakte setzt, ist gute Kommunikation unverzichtbar. Sie schafft Nähe, klärt Erwartungen und hilft, Missverständnisse zu vermeiden. Gerade im internationalen Kontext kann das den entscheidenden Unterschied machen – zwischen einem Kontakt und einer langfristigen Partnerschaft.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at