

## Chefmeeting der Bonusfleischer

Die Fleischer durchleben, so wie andere Branchen auch, seit Jahren eine wirtschaftlich angespannte Situation. Vor diesem Hintergrund ist die Stärkung der Kompetenz ein Gebot der Stunde.



Wie das funktionieren kann, wurde beim jüngsten Chefmeeting der Bonusfleischer in der Landwirtschaftskammer in Linz von rund 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmern erörtert. Der hohe Stellenwert der Veranstaltung wurde übrigens durch hohen Besuch untermauert: KR Rudolf Menzl, Bundesinnungsmeister der Fleischer sowie Landesinnungsmeister in NÖ, nahm ebenso teil, wie DI Dr. Johann Schlederer, Geschäftsführer beim Verband landwirtschaftlicher Veredelungsproduzenten (VLV) sowie der Österreichischen Schweinebörse.

Fleischkompetenz stärken heißt, den Kunden das sichere

Vertrauen zu vermitteln, dass sie beim Fleischeinkauf in meinem Geschäft bestens aufgehoben sind , leitete Karl Wegschaider, Chef der Bonusfleischer, die Diskussion ein und verwies auf wichtige Instrumente, nämlich die nachvollziehbare Herkunft aus der Region, die glaubhafte Qualitätssicherung durch Eigenschlachtung oder mittels eines Markenfleischprogrammes, die Meisterkompetenz und im Falle der Bonusfleischer die Bonus-Kundenkarte. In Gruppen wurden danach wichtige Themenbereiche erarbeitet und anschließend präsentiert. Im Folgenden eine kurze Zusammenfassung der Ergebnisse.

### Mitarbeiterführung

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen zweifelsohne zu den wichtigsten Erfolgskomponenten im Fleisch- und Feinkostverkauf. Eine gute Mitarbeiterführung beginnt bei monatlichen Zielsetzungsgesprächen, geht über die Mitarbeiter-Jahresgespräche bis hin zu periodischen Schulungen

### Produktentwicklung

Die Qualität der Erzeugnisse und deren absolute Frische sind gleichwertig mit der Qualität der Mitarbeiter einzustufen. Der Slogan ehrliche Handwerksqualität muss abgesichert sein durch stetiges Bemühen um Qualitätsverbesserung und die Entwicklung neuer Produkte insbesondere für junge Konsumenten.

### Kundenbindung

Eines der wichtigsten Werkzeuge zur Stammkundenbindung ist die Bonus-Kundenkarte. Damit wird die Verbundenheit zum Geschäft deutlich gestärkt.

### Neue Geschäftsfelder

Serviceleistungen ausbauen etwa durch Koch- oder Grillseminare; Zustell- oder Versandhandel zum Einstieg

eventuell Abholservice; Einsatz von Verkaufsautomaten.

## Zusatzsortimente

Zu diesem Thema gab es eine ganze Reihe von guten Ideen und Anregungen. Von der eigenen Bäckerei, über bäuerlich-regionale Produkte bis hin zur speziellen Tiernahrung.

Grundsätzlich wurde zu den letzten beiden Punkten festgehalten, dass eine Entscheidung für oder wider ein Geschäftsfeld oder ein Zusatzsortiment wohl überlegt sein muss.

## Werbung

Neben den besonderen Leistungen und persönlichen Anstrengungen im eigenen Geschäft wurde in erster Linie das Flugblatt hervorgehoben. Dies sei die effektivste, wirksamste und wenn man die Chancen eines Werbeverbundes nutzen kann auch das kostengünstigste Werbemittel.

Voraussetzungen dazu sind allerdings das Vorhandensein nachfolgender Attribute: informativ und ideenreich zusammengestellt, zielgenau einsetzen im regionalen Umfeld, optisch attraktiv und ansprechend gestaltet.

## Registrierkassen

Die Waagenfirmen sind noch bei der Entwicklung einer endgültigen Lösung für die richtige Behandlung von Gutscheinen aller Art und die Barzahlung von Engros-Rechnungen nach der neuen Kassenverordnung.

**Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](http://fleischundco.at)**