

IFFA 2013: Trends im Fleischerhandwerk

Von der Renaissance der Konserve bis Dry Aged Beef – das Motto lautet „Klasse statt Masse. Die Grundlage dafür sind Eigenschaften wie Qualität, Frische, Regionalität, Sicherheit und Genuss. Einige Trends zeichnen sich ab.



Der Strukturwandel greift nach wie vor im Gewerbe um sich. Das deutsche Fleischerhandwerk war beispielsweise Mitte 2012 mit 24.750 stationären Verkaufsstellen am Markt präsent. Davon waren 14.600 eigenständige Meisterbetriebe, zu denen 10.150 Filialen kamen. Festzustellen ist, dass an die Stelle der kleinen und Kleinstbetriebe verstärkt die größeren und leistungsfähigeren Unternehmen treten. Doch auch die Größeren müssen einiges tun, um Stammkunden zu halten, neue Konsumenten zu erreichen und weitere Marktsegmente zu erschließen. Das Motto lautet Klasse statt Masse. Die Grundlage dafür sind Eigenschaften wie Qualität, Frische,

Regionalität, Sicherheit und Genuss. Einige Trends zeichnen sich ab.

Ein Revival der Konserve

Eine Renaissance erlebt die Produktion von Dosen und Gläsern. Die aktuelle Entwicklung geht über die traditionellen, haltbar gemachten Wursterzeugnisse weit hinaus. Das Angebot reicht von der Currywurst über die Rinderroulade bis zu Chili con Carne. Auch den klassischen Schweine- und Sauerbraten füllen Metzger in Gläser, Schlauchbeutel und Schalen ab. Sogar Sauerkraut und eine Vielzahl von Dip-Soßen für die Grill- oder Fonduezeit sind im Sortiment zu finden. Hier wartet auf den eiligen Kunden und den Singlehaushalt eine breite Palette an Feinkost in Handwerksqualität.

Ebenso bietet das Fleischerhandwerk qualitativ hochwertige Suppen und Soßen im Kunstdarm – von der feinen Bratensoße bis zur kräftigen Gulaschsuppe. Neu ist die Tendenz zu Verpackungen, die sich außer für den sicheren Transport nach Hause direkt für die Mikrowelle oder den Backofen eignen. Damit erleichtern sie die Zubereitung in der Küche der Kunden. Zudem halten sich die Convenienceangebote darin länger, so dass das Kochen flexibler gehandhabt werden kann, wenn im hektischen Alltag etwas dazwischen kommt. Bei Bedarf können die Gerichte einfach und problemlos eingefroren werden. Neben der praktischen Verpackung lässt sich mit einer großen Bandbreite an Etiketten, die ganz individuell auf das Geschäft und das Produkt zugeschnitten werden können, exzellent für Gutes aus dem Meisterbetrieb werben.

So bleibt selbst ein kleiner Imbiss als köstlicher Genussmoment im Gedächtnis. Läuft vieles im Fleischerhandwerk noch über die Bedientheke, trifft man in mehr als jedem zehnten Fachgeschäft auf eine SB-Theke. Diese Form der Warenpräsentation nutzen die Betriebe, um für ihre Kunden die handwerkliche Qualität der Produkte mit den Convenienceaspekten der SB-Verpackung und Vorratshaltung zu verbinden. Mehr als 25 Prozent der

Betriebsinhaber sind davon überzeugt, so Zahlen des Deutschen Fleischer-Verbands (DFV), dass die Bedeutung von SB-Theken im Fleischerhandwerk zunehmen wird.

Durch Reife zum Genuss

Eine alte Methode, Rindfleisch reifen zu lassen, liegt heute wieder voll im Trend: Das Dry Aging. Dabei lässt der Metzger Rindfleisch am Knochen vier Wochen trocken abhängen. Bei einer Temperatur von 0 Grad bis +1 Grad geschieht das vielfach in einem Klimaraum oder in einem Reifeschrank, der nicht selten für die Kunden sichtbar im Laden aufgestellt ist. Im Gegensatz zur üblichen Nassreifung, bei der das Rindfleisch durch die Vakuumverpackung keine Flüssigkeit abgibt, geht hierbei durch Verdunstung Substanz verloren. Dafür gewinnt das Fleisch deutlich an Geschmack und wird überhaupt zart. Während des Dry Aging färben Enzyme die Außenschicht des Teilstücks dunkel. Diese Schicht muss vor dem Verkauf entfernt und entsorgt werden. Darunter kommt dunkelrotes, hoch qualitatives Steakfleisch zum Vorschein, das auf der Zunge zergeht.

Effektiv Strom sparen

Bedeutsam für die Handwerksmetzger sind auch die gestiegenen Strompreise, die sie nur teilweise auf ihre Produkte umlegen können. Daher muss es dem Betriebsinhaber anderweitig gelingen, Energiekosten zu sparen. Eine Variante ist, neue und effizientere Maschinen anzuschaffen; eine andere, mit oft einfachen Tricks den Stromverbrauch in der Wurstküche und im Laden merklich zu senken. Best-practice-Beispiele dazu zeigt der Deutsche Fleischer-Verband auf der IFFA vom 4. bis zum 9. Mai in Frankfurt am Main. Darüber hinaus gibt es wertvolle Hinweise für eine gute Hygienep Praxis und hilfreiche Tipps, wie mit Kontrollen in diesem Bereich am besten umzugehen ist. Auf der IFFA ist ein wichtiger Angebotsbereich für das Fleischerhandwerk erstmals in der Halle 4.1 des Frankfurter Messegeländes zu sehen. Hier präsentieren sich im

Schwerpunkt die fñhrenden Anbieter aus dem Bereich
Verkaufen Alles rund um das Fleischerfachgeschäft und auch
das Wettbewerbsareal des DFV ist hier angesiedelt.

940 Aussteller erwartet

Auf der IFFA zeigen insgesamt rund 940 Aussteller aus 47
Ländern, darunter alle Marktfñhrer, ihre Innovationen auf einer
Fläche von mehr als 100.000 Quadratmetern. 2013 präsentiert
sich die IFFA mit einer neuen Geländestruktur. Zum ersten Mal
ist die Halle 11 belegt. Hier sind die Produktbereiche Verpacken,
Versorgungseinrichtungen, Mess- und Wägetechnik sowie
Anbieter aus dem Bereich Verarbeiten-Schneiden angesiedelt.
Die Hersteller aus dem Segment Schlachten und Zerlegen sind
nach wie vor in der Halle 9.0 und 9.1 vertreten. In der Halle 8.0
findet sich weiterhin der Angebotsbereich Verarbeiten.
(Red./Messe Frankfurt)

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at