

afz-Barometer

Dranbleiben
zahlt sich aus

von Jörg Schiffeler

Die Herausforderung am Markt zu bestehen erfordert eine tägliche Meisterleistung. Pausen sind da nicht drin. Insbesondere nicht an einer Kundenfront, die anspruchsvoll, fordernd, preissen-sibel und wählerisch ist.

In den vergangenen zwölf Monaten haben die Fleischer es geschafft, sich bei allem Trubel um echte und vermeintliche Lebensmittelskandale zu profilieren. Die in den Leitsätzen des Fleischerhandwerks formulierten Werte, die die Fachgeschäfte vor Ort leben, zahlen sich aus. Die Verbraucher halten sie für glaubwürdig und schenken ihnen ihr Vertrauen.

Und doch gerät manchem Kollegen der tägliche Wettstreit um die besten Ideen zum kräftezehrenden Kampf. Gerade darin liegt die Herausforderung: im Begeistern und Binden möglichst zahlreicher Kunden. Aber wer nicht locker lässt, wird belohnt. Das ist auch die Quintessenz der Kommentare im afz-Barometer.

Neben dem Bauchgefühl liefern Umsatzanalysen wichtige Grundlagen für Entscheidungen. Die zeigen aktuell, dass die Betriebe noch mehr Potenzial im Außer-Haus-Markt haben. Hier sollten die Fleischer nicht nachlassen, denn der „to go“-Markt wächst. · afz 7/2014 → Seiten 1 und 18

afz-Gespräch

Damit der Gewinn
nicht verloren geht

Hans Christian Blumenau ist seit Januar als betriebswirtschaftlicher Berater im Deutschen Fleischer-Verband tätig. Der 31-jährige Wirtschaftsingenieur bringt Erfahrungen aus der Systemgastronomie mit, die er nun für die Fleischer gewinnbringend einsetzen will.



■ Herr Blumenau, worin liegt der Schwerpunkt Ihrer Arbeit?

Blumenau: Den sehe ich betriebswirtschaftlich betrachtet im Aufdecken von individuellen Schwachstellen, Risiken und Verbesserungspotenzialen einerseits und andererseits im Gedankenaustausch mit den Betrieben zum Erarbeiten wirksamer Lösungsansätze. Die starke Einbindung in das Tagesgeschäft führt häufig dazu, dass wichtige strukturelle oder für den Betriebsablauf kritische Vorgänge nicht hinreichend erkannt und gelenkt werden.

■ Was passiert, wenn der unternehmerische Erfolg ausbleibt?

Blumenau: Hierfür gibt es eine Vielzahl von Ursachen: vom gestiegenen Konkurrenzdruck bis hin zum familiären Hintergrund. Die geschäftlichen Ursachen spiegeln sich häufig im Umsatz oder im Ertrag des Betriebs wieder. Sofern der Fleischer regelmäßig seine BWA kritisch prüft, erkennt er die Vorzeichen, bevor es zu einer existenzbedrohenden Liquiditätskrise kommt.

■ Und wenn dann der Berater kommt?

Blumenau: Im Vorfeld der eigentlichen Beratung versuche ich über die Analyse der BWA und das persönliche Gespräch mögliche Problemfelder einzugrenzen. Handelt es sich etwa um einen unüblich hohen Wareneinsatz, wer-

den Lösungsansätze in Bezug auf die Vertriebsstruktur der Fleischerei besprochen ebenso wie auf Basis seiner Einkaufssituation und der Herstellung. Vor Ort untersuche ich dann gezielt die Betriebsabläufe. Um einen nachhaltigen Verbesserungsprozess anzustoßen, werden mit den Erkenntnissen Vorschläge für jeden Teilbereich erarbeitet. Den Fahrplan erstelle ich gemeinsam mit dem Fleischer.

■ Sie waren zuvor als Qualitäts- und Umweltmanager bei der Steakhauskette Maredo tätig. Was können die Fleischer von Systemgastronomen lernen?

Blumenau: Besonders mit Blick auf den steigenden Wettbewerb und die strengere Regulierung ist es wichtig, Vorteile gegenüber dem Handel zu nutzen. Im Fleischerhandwerk sind dies vor allem die meisterliche Kompetenz und die echte Regionalität. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen zudem die betrieblichen Abläufe effizient strukturiert sein. Auch wenn der Ausspruch „im Einkauf liegt der Gewinn“ seine Bedeutung nicht verloren hat, kann dieser Gewinn leicht zwischen Ein- und Verkauf wieder vernichtet werden. Systemgastronomen haben hier einfache aber effektive Kontrollmechanismen geschaffen, die auch das Fleischerhandwerk erfolgversprechend umsetzen kann. *dfv · afz 7/2014*

In letzter Konsequenz könnte das dazu führen, dass der deutsche Meisterbrief und die duale Ausbildung im Handwerk auf Druck aus Europa ausgehöhlt werden.“

ZDH-Präsident Hans Peter Wollseifer in „Die Welt“ zu den Plänen der EU, die Berufsqualifikationen zu prüfen

Die Weichen für die Agrarpolitik werden im Handel gestellt.

Nur wenn sich genügend Geizhalse finden, die Discount-Hähnchen für 2,99 Euro kaufen, wird das Geflügel massenhaft gezüchtet.“

Spiegel-Redakteurin Julia Koch über Tierschützer, Landwirte und Massentierhaltung

Schinken

Lebenslauf ist spannender
als ein Produktpass

von Birgit Winterhalder-Spee

Passende Histörchen wecken die Neugier auf ein Produkt. Dadurch wird es zu etwas ganz Besonderem. Jedes Erzeugnis hat einen Lebenslauf, über den es eine Menge zu erzählen gibt: über Erzeugung und Beschaffung der Rohstoffe, sorgfältige Verarbeitung und Veredelung, typische Eigenschaften und Unverwechselbarkeit im Geschmack.

Diese Aufgabe meistert eine Westerwälder Metzgerei vorbildlich bei ihrem Knochenschinken, indem sie ihn zum Star-Produkt erklärt, dessen Glanz auf alle übrigen Erzeugnisse abstrahlt. Sie verfolgt mit den ihr verfügbaren Mitteln genauso erfolgreich eine Strategie, für die Konzerne wie Bahlsen beim Keks und Beiersdorf bei der Nivea-Creme ein riesiges Werbebudget locker machen müssen.

Allein der Gebrauch der Genusskärtchen ist ein genialer Schachzug. Es weist den Knochenschinken buchstäblich als Delikatesse aus und verschafft ihm ein Alleinstellungsmerkmal, das noch Bestand hat, wenn der Schinken längst gegessen ist. Denn manchmal wird der Anhänger im praktischen Lesezeichenformat als Empfehlung an Familie, Freunde und Bekannte weitergereicht – ein doppelter Effekt. Er verstärkt sich sogar, weil jeder im Verkaufsteam die Beschreibung verinnerlicht, ohne sie auswendig lernen zu müssen, und beim Erzählen der Geschichte überzeugend sattelfest ist.

· afz 7/2014 → Seiten 14 und 15

★ MANCHE ★

REVOLUTION

BEGINNT IM KÜHLSCHRANK

ES LEBE DAS ENGAGEMENT UND DER GESCHMACK!

★
MIT JEDEM KAUF
EINES SCHINKENS
UNTERSTÜTZEN SIE DEN
BAU VON SCHULEN FÜR KINDER
IN KRAISENGEBIETEN

Der Kernschinken Coburger Schnitt ist 7 Monate luftgetrocknet gereift, ohne Zusatz von Laktose & Gluten und verfügt über einen Herkunftsnachweis.

Alle die Parmaschinken mögen, werden den Osnabrücker Friedensschinken lieben.

terre des hommes
Hilfe für Kinder in Not

www.bedford.de

www.terredeshommes.org