

Die zwei Seiten einer Medaille Möglichkeiten für das klassische Fleischer-Fachgeschäft in Zeiten der Corona-Krise

Die Land- und Ernährungswirtschaft, ausdrücklich auch Fleischereien, gehören zur systemrelevanten Infrastruktur, die unter Berücksichtigung des notwendigen Gesundheitsschutzes, auch in den aktuell herausfordernden Zeiten aufrecht erhalten bleibt. Aber natürlich läuft auch hier nicht alles seinen normalen Gang.

Hubert Stumpf, Metzgermeister, Koch und Fachberater der MOGUNTIA FOOD GROUP, ordnet die Möglichkeiten unserer Branche in Zeiten der Corona-Pandemie ein:

„Zum einen nehmen sich aktuell viele Menschen die Zeit, sich um die Zubereitung ihres Essens zu kümmern, sei es aufgrund von Ausgangsbeschränkungen oder beruflicher Einschränkungen. Zum anderen ist den Mitarbeitern sogenannter systemrelevanter Berufe sowie Eltern mit Mehrfachbelastung diese Zeit genommen worden.“

Was bedeutet dies für das klassische Fleischer-Fachgeschäft?

Betrachten wir das Sortiment, können wir drei Unterscheidungskriterien treffen:

- unbehandelt
- küchenfertig
- verzehrfertig.



Hier kommt es in Zeiten der Krise zu deutlichen Verlagerungen. Während der Verkauf von unbehandeltem Fleisch vor der Krise leicht rückläufig war und verzehrfertige Speisen, insbesondere im Partyservice, als Einnahmequelle an Bedeutung gewannen, gibt es jetzt eine Wendung durch den fast vollständigen Wegfall des Catering-geschäftes.

Das vollständige Erliegen des Partyservices zu kompensieren ist schwierig. Dies bedeutet aber nicht, dass auch der verzehrfertige Bereich komplett eingebrochen ist. Er hat sich nur in Richtung Mittagstisch, Fertiggerichte und Konserven verlagert.

Durch die Ausweitung des Angebotes an Mittagessen lässt sich ein kleiner Teil des Umsatzes zurückholen. Wichtig dabei ist, eine durchdachte Organisation und Lieferbereitschaft.

Entsprechende Kunden, die wir auf spezielle Angebote durch Flyer / Anzeigen aufmerksam machen können, finden wir in den systemrelevanten Berufen oder in den Familien, die durch sogenanntes Home-Schooling immer mehr unter Zeitdruck geraten.

Auch sogenannte Corona-Risikogruppen, die Einkaufsläden meiden müssen, sind dankbar für ein abwechslungsreiches Mittagsangebot mit Lieferservice. Ebenso wie der typische Gaststättenkunde, der auch in Zeiten von COVID 19 nicht unbedingt eine Leidenschaft zum Kochen entwickelt. Ein Dinner-Service für Zuhause könnte auch an den Wochenenden ein hilfreiches Angebot sein. Flyer, Zeitungsanzeigen, aber auch die sozialen Medien sorgen für die nötige Aufmerksamkeit.



Diese Zielgruppen sind allerdings nicht nur für die Ausweitung des Mittagsangebots relevant, sondern genauso für den Bereich Fertiggerichte und Konserven, ja sogar für unser klassisches Thekenangebot.

Nicht selten wird beim Kauf oder der Bestellung eines Mittagessens auch gleich ein Fertiggericht zum Erwärmen, eine Konserve zur Bevorratung sowie Wurst, Käse und Salat für das Abendessen mitgenommen. Diese Möglichkeiten sollten auch in der Werbung nicht unberücksichtigt bleiben.

Nur drei einfache Ideen, die in allen Bereiche passen, sind Rouladen, Gulasch, Bolognese, Chili con Carne, Frikassee und Königsberger Klopse. Passende Rezepturen und Produkte hat die MOGUNTIA FOOD GROUP für Sie parat.

Betrachten wir den küchenfertigen Bereich, so sehen wir, dass dieser sich nicht allzu sehr vom verzehrfähigen differenziert. Der Unterschied liegt hauptsächlich darin, dass küchenfertige Zubereitungen roh oder in kaltem Zustand noch nicht genussstauglich sind, während verzehrfertige Produkte sofort gegessen werden können oder nur noch ein Erwärmungsschritt erforderlich ist.

Der Zeitaufwand zwischen Kochen/Braten/Backen und Aufwärmen kann bei manchen Zubereitungen sehr gering ausfallen. Eine vorgebackene Lasagne benötigt z.B. zum Erwärmen im Backofen ca. 30 Minuten eine küchenfertige zum Backen ca. 45 Minuten. Gern stellen wir Ihnen passende Zutaten und Rezepte zur Verfügung. Die Zielgruppen für diese Produktsegmente sind also sehr ähnlich bzw. oftmals gleich.

Auch das Grillsortiment, das zum Großteil aus dem küchenfertigen Bereich bestritten wird, erfreut sich wachsender Beliebtheit. Glühende Kohlen, kalte Getränke, jede Menge frische Luft und der herrliche Duft von gegrillten Würstchen und Steaks – das ist eine liebgewonnene Abwechslung in Zeiten der Coronakrise. Mehr denn je ist in diesem Jahr die Abwechslung gefragt. Da die meisten Kunden im Würzen eher unerfahren sind, sollte das Sortiment überwiegend auf fertig gewürzten und grillfertigen Produkten bestehen.



Marinierte Steaks, Koteletts, Bauchscheiben und Würstchen sind natürlich obligatorisch, die Chance auf Zusatzumsatz bieten feine Spießchen, Dips, Grillbutter und Salate. Auch hierzu hat die MOGUNTIA FOOD GROUP eine passende Rezeptsammlung zusammengestellt und mit ihrem Spießhalter ein attraktives Thekenkonzept entwickelt.

Es bietet sich an, Grillpakete zu schnüren, um einen zügigen Abverkauf zu gewährleisten und dem Kunden die Entscheidungsfindung zu erleichtern. Auch sollte das Angebot des Fachgeschäftes nahezu alle Menü-Bestandteile abdecken, um zu verhindern, dass der Kunde extra ein anderes Geschäft aufsuchen muss.



Doch wie kann das Sortiment ohne großen logistischen Aufwand mit metzgerischen Produkten ausgeweitet werden? Es gibt verschiedene Lieferanten am Markt, die diese Bereiche abdecken. Die größte Sortimentsvielfalt bietet jedoch die MOGUNTIA FOOD GROUP. Neben allen erforderlichen Gewürzen und Marinaden findet man hier unter dem Sortiment der Marke FLEISCHER auch Ketchup, Senf, Meerrettich, Grillsaucen, Suppenkonserven und vieles mehr. Auch tiefgekühlte Backwaren können über die familiengeführte Unternehmensgruppe bezogen werden. Für Individualisten und Hobbyköche bietet die MOGUNTIA FOOD GROUP auch Grillgewürze und Rubs für den Endverbraucher.

Zusätzlich deckt das breite GV-Sortiment alle Belange an Suppen, Saucen und Desserts für die Küche ab. Zusammen mit speziellen Saucenbindern und anderen Hilfsmitteln garantieren sie eine sichere Produktion von Fertiggerichten und Feinkostkonserven. Darüber hinaus bietet das Fachberaterteam der MOGUNTIA FOOD GROUP kundenindividuelle Lösungen und jede Menge Expertise in den oben genannten Bereichen, aber auch eine standardisierte Rezeptur, auf Wunsch sogar mit Nährwerten.“

Hubert Stumpf**Metzgermeister, Koch und Fachberater der MOGUNTIA FOOD GROUP****MOGUNTIA FOOD GROUP • www.moguntia.com**

Nikolaus-Kopernikus-Straße 1 • 55129 Mainz • Tel.: +49 6131 58 360

Malberger Str. 19 • 49124 Georgsmarienhütte • Tel.: +49 5401 3370

Perlmooser Straße 19 • A-6322 Kirchbichl • Tel: +43 5332 85550 992

Industriestrasse 19 • CH-8625 Gossau ZH • Tel.: +41 43 8338866

Kontakt Presse:

Sabine Müller-Weinhold: 05401-337 28

sabine.mueller-weinhold@moguntia.com