

Die Metzgerei der Zukunft

Die Kandidaten der Berufsprüfung 19-21 sind aktuell in den Vorbereitungen für ihr Verkaufs-Modul in Spiez. Sie planen einen Verkaufstag, wofür sie ein Konzept erstellen durften.

Inhalt dieses Moduls wird neben der Theorie zum Verkauf auch ein praktischer Verkaufstag sein. Am Mittwoch 27. Januar 2021 sind wir mit einem Verkaufsmobil am Wochenmarkt in Thun präsent und setzen dort unser Konzept «die Metzgerei der Zukunft» um.

Unser Ziel ist: Wir möchten den Kunden und der Branche zeigen, was die «Jugend» der Fleischbranche für Gedanken und Ideen hat, also wie ein Fleischfachgeschäft in 10 Jahren aussehen könnte. Dazu haben wir uns in den vergangenen Monaten die Köpfe zerbrochen und sind zu folgenden Ideen gekommen:

Convenience Produkte:

In der heutigen schnelllebigen Zeit fehlt vielen die Zeit um selber zu kochen. Um diese Zielgruppe anzusprechen, bereiten wir für diese Kunden bereits fertig gegarte Gerichte zu. So können wir Teilstücke, welche wir sonst nur schwer verkaufen können, vorkochen und der Kunde lernt erst noch neue Gerichte kennen. Ziel ist es für unser POS, die Produkte sous-vide zu garen oder ins WECK-Glas abzufüllen, um eine lange Haltbarkeit zu erreichen.

Food Waste Produkte:

Die Tragweite von Food-Waste wird den Konsumenten von Medien und Initiativ-Gruppen immer mehr vor Augen geführt. Wir nehmen solche Produkte ins Sortiment auf und geben Flyer dazu ab. Wichtig ist uns auch das Motto: Tue Gutes und sprich davon, denn mit solchen Geschichten können umweltbewusste Konsumenten als Kunden gewonnen werden. Die Fleischbranche muss unbedingt auf diesen Zug aufspringen, da wir mit einem sensiblen Rohmaterial arbeiten. Wir sind alleine aus Respekt gegenüber den getöteten Tieren verpflichtet, die Tiere komplett zu verwerten. Wir haben uns, für unser Projekt, auf tierische Fette, Geflügelprodukte und Innereien fokussiert.

Butchers Cut:

Butchers Cut ist der neueste Trend in allen Kochbüchern, seit die Welle von Amerika übergeschwappt ist. Diese Stücke sind preislich für den Kunden ansprechend, aber auch für den Metzger interessant, da er günstige Fleischstücke aufwerten kann. Wichtig beim Verkauf ist die richtige Kochberatung, da die meisten dieser Fleischstücke nur mit der richtigen Garmethode zum Gaumenschmaus werden.

Take Away Warmverkauf:

Mit diesem Geschäftsfeld kann Laufkundschaft gut gepflegt werden. Der Metzger soll Anlaufstelle sein für eine gute Wurst, Burger oder ein Steak sein, wie der Italiener für Pizza und die Türken für Döner. Wir werden vor Ort verschiedene Burger anbieten, welche wir Ort auf dem Smoker zubereiten werden.

Dry Aged:

Mit dieser alten Reifungsmethode kann ein unglaubliches Geschmackserlebnis erreicht werden, welches in einem Fachgeschäft optimal vermarktet werden kann. Dies lockt Gourmets und Fleischliebhaber an, welche das Besondere suchen und eine interessante Kundschaft für die Metzgerei sind.

Vegetarische Produkte:

Diese Zielgruppe muss der Metzger auch abdecken, da sie immer weiterwachsen wird. In Zukunft müssen wir bereit sein, diesen riesigen Markt auch bedienen zu können. Es sollen keine Industrieprodukte mit vielen Zusatzstoffen sein, sondern natürliche Produkte, wenn möglich hausgemacht. Sie sollten das Sortiment ergänzen wie zum Beispiel eine Parmigiana Melanzane, statt ein veganer Bolognese.

- ⇒ Uns würde es sehr freuen, wenn wir Euch am Mittwoch 27.01.21 in Thun sehen. Gerne würden wir mit Euch über die Metzgerei der Zukunft fachsimpeln.

Metzgergrüsse

Thomas Loosli, Severin Schwander, Markus Wüthrich, Rolf Zaugg, Marco Zyka, Alexandre Bertschy und Raffael Jenzer