

FAH

FLEISCHER-HANDWERK



EXTRA-WURST IN DER THEKE

Rostbratwurst und Käsewurstchen finden Kunden heute in jeder Theke. Doch wenn ein Fleischer seine Kunden überraschen und langfristig an sich binden möchte, sind neue Ideen ein absolutes Muss.

Abwechslung muss sein – auch in der Theke, denn: „Die Kunden finden es gut, wenn Abwechslung in der Theke herrscht, denn so merken sie, dass wir Metzger uns Gedanken um sie machen“, ist Metzgermeister Stefan Wolf aus Nürnberg überzeugt. Stefan „Mr. Stuggi“ Bless, Inhaber der Metzgerei Bless in Stuttgart, ergänzt: „Es braucht neue Wurst-Ideen, um sich vom LEH abzuheben.“ Doch woher sollen neue Ideen kommen? Christin Popella, Metzgermeisterin aus Aue und Erfinderin des Weihnachtsstollens aus Fleisch, holt sich ihre Anregungen meist auf Reisen, zuletzt in die USA, China und Japan. „Auf Reisen sieht man sehr viel und überlegt, was auch zu Hause klappen könnte – schließlich will man seinen Kunden etwas mitbringen“, schmunzelt sie. Metzgermeister Klaus Gerlach aus Kempen wiederum „überholen“ die Ideen beim Autofahren. Dazu kommt beim Rheinländer der

Spaß am Umgang mit der Sprache sowie am Experimentieren. Also verlassen schon mal ein „Flotter Dreier“ oder ein „Rheinischer Döner“ (ein Spießbraten-Brötchen) seine Metzgerei. Der „Flotte Dreier“ ist eine Wurst im Kranz aus einer Roh-, Brüh- und Kochsalami, die für einen Wettbewerb „erfunden“ wurde und dabei den ersten Platz belegte. Dirk Ludwig, Inhaber der Metzgerei „Der Ludwig“ in Schlüchtern, geht mit offenen Augen durch die Welt und entdeckt dabei Möglichkeiten für sein Geschäft. Die Idee zur Vollmondsalami verdankt er dem aufmerksamen Radiohören. „Heute gibt es schon so vieles in Verbindung mit Vollmond, da war es nur konsequent, diese Sache weiter zu denken“, erklärt er. „Bei mir kommen auch noch eine Portion Leidenschaft und Talent dazu. Ich habe das Glück, mir Geschmäcker im Kopf sehr gut vorstellen zu können.“ Dennoch würden bei ihm auch mal „Rohrkrepierer“ vorkommen.

Generell warnt er Kollegen vor einem zu intensiven Kombinieren, denn der Grundgeschmack einer Wurst sollte nicht überdeckt werden. „Mr. Stuggi“ bekommt seine Ideen bei Arbeiten, die nur wenig Aufmerksamkeit erfordern. „Dabei kann ich meine Gedanken schweifen lassen und neue Kreationen ausdenken“, erklärt er.

ZUGPFERD ODER NICHT

Manche Erfindungen schaffen es aber nicht nur ins Sortiment, sondern werden sogar zum Dauerbrenner – wie die „Stuggi“ von Stefan Bless, ein Cocktailwürstchen mit integriertem Honig-Balsamicosenf. „Das Produkt ist zum Zugpferd geworden und nicht mehr nur ein Standardprodukt. Nach TV-Berichten stellen wir unser Paradeprodukt ständig her. Ich gehe sogar soweit zu sagen, dass diese einzelne Wurst bereits Arbeitsplätze geschaffen hat“, freut sich Stefan Bless. Andere Schöpfungen dienen



dazu, im Gespräch zu bleiben wie die lila Weißwurst von Christin Popella, die Kirschwassersalami der Metzgerei Manfred Obermaier oder die Gummibärenwurst von Claus Böbel. „Diese Produkte sind meist das i-Tüpfelchen, das restliche Sortiment ist der ganze Strich“, verdeutlicht Claus Böbel, Inhaber der Metzgerei Böbel in Rittersbach. Dirk Ludwig unterstützt: „Für den Massenmarkt braucht es diese Produkte nicht, für die Profilierung jedoch schon.“ Ob sich ein neues Produkt durchsetzt, kann sein Erfinder erst nach etwa einem Jahr abschätzen. „Die Beliebtheit eines Produktes gleicht einer Fieberkurve. Die ersten Wochen nach der

Foto: Metzgerei Bless

Einführung läuft es ‚narrisch guad‘. Dann sink Nachfrage stark und danach erst lässt sich erkennen, ob ein Produkt eine Aktionsware bleibt, oder es ins Sortiment schafft“, analysiert Manfred Obermaier. Für Claus Böbel muss aber nicht immer nur das Produkt neu sein und sich hervorheben. „Auch die Verpackung oder die Präsentation sind als Eye-Catcher ebenso wirkungsvoll“, macht er weniger kreativen Kollegen Hoffnung. Eine andere Möglichkeit ist es, sich bei Gewürzunterneh-

men oder Wurstproduzenten Anregungen zu holen, die auch oft tief in die Erfinderkiste greifen.

ANREGENDE IDEEN

Für eine würzige Geschmacksnote sorgen die Würzstarken vom *Nubassa Gewürzwerk*. Diese, auf Pfeffer basierende, Mischung verfeinert mit Ingwer, Muskat und Kardamom u. a. Wurstspezialitäten wie Lyoner, oder Wiener.

