3/2021
www.fleischer-handwerk.de

FLEISCHER-HANDWERK

Das Fachmagazin für die Produktion und den Verkauf von handwerklich erzeugten Fleisch- und Wurstwaren

GRILLEN 2021
Glut & Genuss

Auszug
Thema Ladenbau

FLEISCHER MIT ERFOLG
Metzgerei Albert, Eggolsheim

ZERLEGUNG
Die Wildspezialisten

KNOW-HOW INSZENIEREN

Auch in Corona-Zeiten scheint die Investitionsbereitschaft in Sachen Ladenneu- und umbau nicht zu leiden. Viele Metzgereien und Fleischereien in der Republik profitieren vom Trend hin zu mehr Regionalität und Nachhaltigkeit, weil es den Kunden immer wichtiger wird, woher ihr Fleisch und ihre Wurst stammen. Das soll sich dann auch in den Geschäften wiederfinden – und das tut es, wie die nachfolgenden Beispiele zeigen. Denn: ein neu eingerichteter Laden weckt das Interesse der Kunden und steigert – und das ist erwiesen – den Umsatz.

FLEISCHMANUFAKTUR HACKL, LINZ/A

Die Fleischerei Hackl, seit 1947 am Markt, ist für viele Linzer die Adresse für Ambiente und Genuss in der City. Geführt wird sie in dritter Generation von Roman Hackl und seiner Frau Birgit. Der Betrieb besteht aus drei Standorten: einer Produktion und zwei Verkaufsfilialen, in denen 26 Mitarbeiter arbeiten. Die Fleischerei steht seit jeher für Qualität, regionale Verwurzelung und echtes, traditionelles Fleischerhandwerk. Daher wird nur Fleisch von Tieren aus umliegenden Bauernhöfen, die ausschließlich mit regional erzeugtem Futter aufgezogen und regional geschlachtet werden, verwendet. Kein Zufall also, dass die Fleischerei weit über die Linzer Grenzen hinaus bekannt ist, vor allem für den zarten Beinschinken und das legendäre Beeftatar.

Mit der Maßgabe „Nicht sein wie jeder andere" durfte da der Ladenneubau in punkto Unverwechselbarkeit und Qualität dem Produktangebot in nichts nachstehen. In der neuen Location galt es aus vier bestehenden kleinen Ladengeschäften ein passendes Gesamtkonzept für die neue Fleischmanufaktur zu formen – eine Planungsaufgabe mit großen Herausforderungen. Letztendlich bekam *Schrutka-Peukert* aus Kulmbach den Zuschlag, auch weil deren patentierte Salzreifezelle Premium Meat Ager (PMA) der neue Eyecatcher des Ladens werden sollte. Tatsächlich ist dessen goldgelbe Salzwand durch die große Fensterfront weithin sichtbar und zieht die Kunden magnetisch an.

Das zweite Highlight ist die Fleischtheke, die – wie es Roman Hackl ausdrücklich betont – nicht nur ein Verkaufsmöbel, sondern ein individuell nach seinen Wünschen gefertigtes Schmuck-

Foto: Schrutka-Peukert

Funktionelle Technik, individuelles Design und eine emotionale Ansprache müssen beim Ladenbau so miteinander in Einklang gebracht werden, dass sich die Kunden wohlfühlen und gerne wiederkommen.

Der neue Laden in der Fleischmanufaktur Hackl in Linz steht dem Produktangebot in puncto Unverwechselbarkeit in nichts nach.

Das Hauptgeschäft der Metzgerei Müller-Herkommer in Freiburg ist ein Showroom für Food-Liebhaber und regionale Spezialitäten.

Fotos: Schrutka-Peukert, Kramer

stück ist, das den Mittelpunkt des Ladens darstellt. Der für eine Fleischerei keineswegs typische, gelungene Materialmix aus hellen und dunklen Elementen sowie viel natürlichem Holz als wärmegebende Komponente rundet das Konzept ab. Das Ambiente vermittelt eine emotionale und qualitative Anmutung die nicht überall im Handwerk so ist. Insofern liegt nicht nur die Umsetzung der Fleischmanufaktur sehr nahe an der ursprünglichen Vision der Hackls, auch der wirtschaftliche Erfolg gibt ihnen Recht. Die Umsätze haben sich gegenüber der alten Location mehr als verdoppelt.

METZGEREI MÜLLER-HERKOMMER, FREIBURG

Innerhalb von fünf Wochen wurde das Hauptgeschäft der Metzgerei im Herbst 2020 zusammen mit *Kramer Ladenbau* komplett umgebaut und mit neuester Technik ausgestattet. In der Habsburgerstraße wird seit über 130 Jah-

Auch in der Metzgerei „Zum Ochsen" in Oberstenfeld ist vom Boden bis zur Decke alles neu. Neu ist hier ein Reifeschrank für Dry aged-Beef.

ren alles produziert – ein reichhaltiges Sortiment an Wurstwaren, kreative Feinkostsalate sowie täglich wechselnde Mittagsgerichte. Dafür wurde extra ein Sonderbaumöbel für die Kaltpräsentation der Imbissgerichte eingesetzt, das die Haltbarkeit der Produkte verlängert. Zudem gibt es eine Auswahl internationaler Käsesorten und Weine. Eine perfekte Ergänzung dazu ist die neue, großzügige vegan-vegetarische Kühlinsel. In einer raumlangen Theke und Regalen im Schwarzwaldlook werden die Produkte perfekt inszeniert. Zum Einsatz kam die „Kramer alouette": Ziel dieser Kühltheke ist es die Ware stärker in den Vordergrund zu stellen und die dominante Dimension der Theke in der Funktion als Kühlmöbel optisch auf ein Minimum zu reduzieren. Ihre Wertigkeit bleibt dabei in vollem Umfang erhalten. Zugleich kommt das Prinzip „weniger ist mehr" zum Tragen.

Der Eindruck einer „im Raum schwebenden Theke" schafft Transparenz und weckt das Interesse und die Kaufbereitschaft der Kunden. Ein stützenloser Glasaufsatz mit leicht fliehenden Scheiben ergänzt das elegante Design und unterstützt die Funktionalität der modular aufgebauten Theke, die in verschiedenen Anordnungen und Ausrichtungen kombinierbar ist. An den aufeinandertreffenden Seiten der Thekenmodule ist keine weitere Bodenabstützung erforderlich. Der schwebende Charakter bleibt in allen Platzierungsvarianten erhalten. Die große Auswahl an warmen Mittagsgerichten wird in der Theke optimal und ansprechend präsentiert. Außerdem wurde das gesamte grafische Erscheinungsbild der Metzgerei von Kramer neu entworfen und umgesetzt – auch das Logo wurde einem Makeover unterzogen.

Die Fleischerfamilie Luers schuf in ihrem neuen Laden eine stilvolle Bühne für ihre regionale Handwerkskunst.

Fotos: bfm Ladenbau, Ladenbau Hanke

METZGEREI ZUM OCHSEN, OBERSTENFELD

„Vom Boden bis zur Decke ist alles neu“, beschreiben Thomas Kori und Brigitte Betz-Kori, was beim Umbau ihrer Metzgerei im schwäbischen Oberstenfeld alles geleistet wurde. Nach über 35 Jahren war die alte Einrichtung nicht mehr zeitgemäß und die Technik – Kühltheke und Heißtheke - stark verschlissen. Nach dem Umbau durch *bfm Ladenbau* erstrahlt dieser Handwerksmetzger in neuem Glanz. Helle Farben in Boden und Decke prägen den Raum, die warme Holzverkleidung der Theken schafft eine freundliche Atmosphäre und edle, schwarze Flächen lenken den Blick auf das Warenangebot. Auch das Sortiment des seit 1923 bestehenden Familienbetriebs erfuhr im Zuge des Umbaus eine Neuausrichtung. Fisch und Fremdprodukte mussten weichen. Stattdessen wird der Fokus auf hausgemachte Produkte gelegt. Wo vor dem Umbau Handelswaren wie Senf oder Nudeln standen, gibt es nun eigene Produkte, z. B. Wurstdosen oder küchenfertige Gerichte.

Schon seit dem letzten Umbau 1985 – damals noch als Vorreiter und eine der ersten – bietet die Metzgerei warmes Essen außer Haus an. Nach wie vor wird großer Wert auf das täglich wechselnde Mittagsangebot gelegt. Der Imbissbereich wurde im Zuge des Umbaus vergrößert. Auf doppelt so viel Fläche können jetzt Gulasch mit Knödeln, gefüllter Schweinsbraten mit Spätzle oder Gaisburger Marsch noch ansprechender angeboten werden. „Das Auge isst schließlich mit“, untermauert Brigitte Betz-Kori die gestiegene Nachfrage.

Die Dry Aged-Produkte erfuhren ebenso eine deutliche Umsatzsteigerung. Schon vor dem Umbau war Dry Aged-Fleisch im Angebot, nun werden die Premiumprodukte in einem Reifeschrank im Verkaufsraum präsentiert und erlebten so eine verstärkte Nachfrage. Beste Voraussetzungen also für die vierte Generation der Familie, die in Gestalt von Fleischtechniker, Metzgermeister und Fleischsommelier Moritz Kori und der Fleischerei-Fachverkäuferin und geprüften Verkaufsleiterin Viktoria Kori fest in den Betrieb eingebunden ist.

Nützliche Links

www.berner1913.de I www.bfm-ladenbau.de
www.epta-deutschland.com I www.fleischerei-luehrs.de
www.hackl-linz.at I www.hagola.de
www.kramer-freiburg.de I www.ladenbau-hanke.de
www.metzgerei-ochsen.de I www.mueller-herkommer.de
www.niesslbeck.de I www.schrutka-peukert.de
www.shop-iq.eu I www.thekenplan.eu

FLEISCHEREI LUERS, WESTERSTEDE

Eine große Bühne für regionale Handwerkskunst, mehr Impuls- biss- und Mittagsge- ers. Oft ist es nicht echts 2 m mehr. Die setzt und so konnte alte Luers und sein Umsatzplus ist das war mutig, aber sie ng durch *Ladenbau* uns sein Team nah- und koordinierten alles gekonnt.“ Die Theke misst nun 11 statt 6 m. Viel Feines in der Theke bedeutet weniger Zeiteinsatz zum Auffüllen und dafür mehr Zeit für die Kunden. Auch die Heiße Theke ist nun größer. Waren es zuvor drei GN-Becken, sind es jetzt vier. Die Theke verfügt über die von Hanke entwickelte Hanketronic, welche die klimatischen Bedingungen steuert und Warenverluste reduziert. Zudem ist sie leicht zu reinigen, alles ist gut erreichbar. So wird die Pflege nicht zum Arbeits-

Die Bedienungstheke der Stili-Serie der Marke Eurocryor von Epta umfasst viele Module, die sich untereinander kombinieren lassen.

Die Gestaltung der Metzgerei Nießlbeck in Neumarkt in der Oberpfalz setzten die Unternehmen Berner und Hagola gemeinsam um.

Mit Präsentionsschalen und -elementen von thekenplan entstehen abwechslungsreiche Food-Welten, die nicht nur die Kunden begeistern.

zeitkiller. Ein Frontsailer im vorderen Bereich des Ladens kurbelt den Getränkeabsatz an. Für die Stars der Fleischerei – den Ammerländer Schinken und den luftgetrockneten Schinken – wurde im Rückbereich eine Schinkenkühlwand installiert, die über ein ausgeklügeltes Kühlsystem verfügt, das die Austrocknung weitgehend verhindert bzw. auf ein Minimum reduziert.
Die Feinkostregale sind als Säulen verkleidet, ihre Fächer mit einer Reling versehen. Einmal pro Tag werden rund vier E-2 Kisten mit Wurstgläsern eingeräumt. Früher waren es nur halb so viel. Man greift zu SB-Ware eben eher zu, als dass man an der Theke danach fragt. Ein ausgefeiltes Beleuchtungskonzept sorgt für eine tolle Stimmung. Weder zu hell noch zu dunkel. Dazu spart die LED Technik auch noch kräftig Energie. Alles wirkt appetitlich und die Kunden fühlen sich wohl. Der Laden besticht durch eine zeitlose Eleganz. Die Materialen Holz, Glas und Granit wurden gekonnt kombiniert.

METZGEREI NIESSLBECK, NEUMARKT I. D. OPF.

Emotionale Einkaufswelten zu kreieren und die Stärken sowie Alleinstellungsmerkmale des Sortiment eines Metzgereibetriebs hervorzuheben – das bewegt *Berner (Ladenbau)* aus Osnabrück und *Hagola* aus Goldenstedt als Partner beim Um- oder Neubau eines Objektes. Zu aktuellen Trends befragt heißt es von Berner: „Die Tendenz geht zu natürlichen Materialien, warmen Tönen und einem höheren Anspruch an die Aufenthaltsqualität. Holz steht hoch im Kurs und gibt dem Laden Behaglichkeit und Wärme." Ein Beispiel dafür ist die Metzgerei Nießlbeck mit ihrem neuen Fachgeschäft. Die Gestaltung der Thekenfront mit historischem Altholz, die im Rück- und Deckenbereich partiell wieder aufgenommen wird, verleiht dem Ganzen einen handwerklichen Charakter. Einen Kontrast dazu bilden die im Fischgrätmuster verlegten anthrazit-farbigen Fliesen. Ein optisches Highlight ist auch die Thekenfront des Imbissbereiches, die mit einer großformatigen Fliese in Steinoptik verkleidet ist. Gemeinsam mit Hagola erarbeitete Berner auch hier die bestmögliche Ausstattung für den Kunden. In puncto Thekenanlage fiel die Wahl auf die Kühltheken des Typs „Kälteseetechnik" von Hagola. Alle Theken des Unternehmens sind stets auf die Anforderungen und Bedürfnisse des Kunden ausgelegt – abhängig davon, was gekühlt und präsentiert werden soll (Frischfleisch, Wurst, Käse, Feinkost etc.). Neben der Technik werden auch die optische Gestaltung (Thekenverkleidung, farbige Pulverbeschichtung, etc.) und das Zubehör festgelegt, um einen hygienischen, ergonomischen und effizienten Arbeitsplatz zu schaffen.
In dieser Metzgerei sind zusätzlich zur Theke eine trockenbeheizte Warmausgabe (Trocken-Bain Marie) und eine Umluft-Kühlwanne für die Snack-Ausgabe integriert. So entstand durch die Kombination verschiedener Produkte eine vielfältige Ausgabetheke. Als Zubehör sind Kassenwaagen- und Maschinenbrett, fahrbare Schneidbretter, Tütenhaken, Papierablage und Becherspender enthalten. Einen praktischen Zusatznutzen verspricht die beheizbare Körperabrollkante, mit der die Theken bedienerseitig optional ausgestattet werden können.

Fotos: Epta Deutschland. Berner GmbH, thekenplan

Die „kalten Theken“ lassen sich so im „Körperkontaktbereich“ körperwarm temperieren.

PROFESSIONELL PRÄSENTIEREN

Bis zu 60 % der Kunden sind offen für Spontankäufe. Dieses Potenzial lässt durch eine hochwertige visuelle Ansprache nutzen. Ereignisgebundene Werbung mit digitalen Displays und digitaler Preisauszeichnung schafft unerwartete Kaufanreize. *Shop-IQ* bietet für das webbasierte Marketing Modul zur Ausgabe von Texten, Fotos und Videos neben der zeit- auch ereignisgesteuerte Optionen an. Das Tool nutzt Infos von der Kaffeemaschine, dem Kassen- und Warenwirtschaftssystem oder dem Thekenscanner, verknüpft diese mit Aktionen und präsentiert diese auf Displays. Weitere Hardware ist nicht nötig. Die Displays benötigen einen Stromanschluss und eine Internetverbindung. Die Inhalte können via Dashboard selbst generiert und eingestellt werden. Die matte Oberfläche der Professional-Displays reduziert Reflexionen auf ein Minimum. Dank Leuchtstärken von bis 4.000 cd/m² sind diese auch bei direkter Sonneneinstrahlung lesbar.

Auch für Metzgereien eignen sich die modernisierten Theken der Stili-Produktfamilie der Marke Eurocryor von *Epta*. Der Fokus der individualisierbaren Lösungen liegt auf ihrem Design, den flexiblen Formen und Abmessungen sowie auf der Ausstattung der Möbel. Diese umfasst Kühlfunktion, Merchandising und Warenpräsentation. Die Theken werden an die Anforderungen des Kunden im Hinblick auf Form, Abmessungen, Materialien und Verarbeitung sowie an den Verkaufsraum angepasst. Alle sind via Multicolor-LEDs beleuchtet. An jeder der 35 cm langen Leisten befindet sich ein Schalter, mit dem die gewünschte Lichtfarbe eingestellt wird. So lässt sich stets die Farbe einstellen, welche die Eigenschaften des Warensortiments am besten zur Geltung bringt. Vier Kategorien – von weiß bis rosa – sind integriert. Die für die Präsentation von Fleisch und Wurst konzipierten Theken verfügen über das Dynamische System, das die Luftfeuchtigkeit auch ohne Luftbefeuchter konstant über 90 % hält. So können Lebensmittel über Nacht darin bleiben. Die Bedienungstheke Bistrot umfasst viele Module, die sich untereinander kombinieren lassen, z. B. halbhohe Möbel, Turmmodule und Heißtheken.

Als Experte für Lebensmittelpräsentation und Flächenoptimierung kenn Firmeninhaber Stephan Kruis von *thekenplan* aus seiner langjährigen Praxis alle Maße der gängigen Kühltheken und Lieferanten. Mit diesem Wissen erstellt er für seine Kunden individuelle Theken, in denen der Platz optimal genutzt wird. Dafür steht das Produktsortiment aller starken Lieferanten zur Verfügung – vom Schüsselchen über die Trennscheibe bis zur CNC-Maßanfertigung. Zu Beginn der Planung wird ein Rasterplan erstellt, d. h. die Theke wird mit Standardtabletts belegt. Materialien werden ausgewählt und Farben bestimmt. Ab hier besteht ein ständiger Dialog mit dem Kunden. In der Detailplanung wird dann etwa festgelegt, wie viele Meter Fleisch, Wurst oder Käse einnehmen werden. Die praktische Umsetzung und Endbelegung erfolgt im Laden. Auch Änderungen im laufenden Betrieb sind möglich. *mth*

VICTORINOX

FIBROX DUAL GRIP

SCHWEIZER MESSER FÜR DEN PROFI

FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884