

„Wer nicht mit der Zeit geht...“ – Foodtrends auf der IFFA 2019

Antje Schwickart
Tel. +49 69 75 75-6474
Antje.Schwickart@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.iffa.com

Erfolgreiches Fleischerhandwerk steht gleichermaßen für Tradition und Zeitgeist. Die beste Rezeptur ist eine Mischung aus klarer Kompetenz für Fleisch und Wurst, technologischem Background und neuen Ideen. Den Blick für das Zukünftige schärfen und Gegenwärtiges optimieren – dazu lädt die IFFA, vom 4. bis 9. Mai 2019 in Frankfurt am Main, ein. Sie wird einen umfassenden Überblick präsentieren, wichtige Tendenzen zeigen und jede Menge Inspirationen und fachlichen Austausch bieten.

Der Trend zu hervorragender Qualität im Fleischerhandwerk hält an. Das Handwerk setzt mit seinen Produkten auf die Abgrenzung vom Massenmarkt. Die Verbraucher sind interessiert und fordern Transparenz ein.

Hochwertig statt durchschnittlich

Es geht um das Individuelle und Authentische, zum Beispiel um die regionale Herkunft der Tiere, außergewöhnliche Rassen oder besondere Aufzucht- und Fütterungsformen. Was für das Fleisch gilt, trifft auch auf die Wurst zu. Im Trend liegen klare und einzigartige Rezepturen getreu dem Motto „Weniger ist mehr“. Fleischermeister Jörg Erchinger aus Berlin gilt dort als einer der ersten, der auf „glutenfrei“ setzte. Er meint: „Kundenwunsch ist bei uns im Fokus. Und so habe ich alle Rezepturen angepasst, damit die Wurst glutenfrei ist, und im Übrigen auch ohne Glutamat. Unsere Kunden wissen das zu schätzen.“ Mit markanten Produkten wie ihrer „Bone-Broth“, einer Knochenbrühe, machte die Metzgerei & Feinkost Ebert aus Frankfurt am Main von sich reden. Inga Ebert sagt: „Aus nur fünf Zutaten haben wir 2017 diese feine Knochenbrühe kreiert. Ein gesunder Drink, der kalt und heiß genossen werden kann und vor Vitalstoffen nur so strotzt! Den Trend gab es bereits in den USA und auch deutsche Start-ups boten Knochenbrühe bereits an. Aber wer, wenn nicht wir Metzger, sollte sich damit auskennen? Wir haben die Infrastruktur, zum Beispiel Kessel, und wir haben die Zutaten.“

Zeit im Angebot

Auch wenn der Convenience-Begriff beim Kunden nicht nur positiv belegt ist, so sind schnell zuzubereitende Gerichte nach wie vor im Trend. Neu ist der Anspruch, dabei auch äußerst gut und gesund zu essen. So hat das Sous-Vide-Garen einen sicheren Platz bei Fleischgourmets erobert und bietet den Metzgern Chancen, sich mit besonderen Teilstücken, Marinaden oder individuellen Zubereitungen zu

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

etablieren. Auch küchenfertige Gerichte aus der Metzgerei sind gefragt. Sie unterscheiden sich deutlich von dem, was die Kunden aus dem Einzelhandel kennen, und überzeugen durch Authentizität und dem „Geschmack nach Heimat“.

Am Ort des Geschehens

Mit Streetfood bekommt mobiler Verkauf ein neues Gesicht.

Jürgen Pum, Metzgermeister aus Freiburg, hat 2017 einen Truck gekauft. Er sagt: „Anfangs nur für den Partyservice gedacht, sind wir inzwischen recht häufig auf Festivals. So ist der Foodtruck für uns ein wichtiges Standbein geworden.“ Jürgen Pum hat die Kühllogistik der Fleischerei deutlich erweitert. Im Vergleich zu den meisten Foodtruckern sieht er sich als Metzger im Vorteil: „Wir haben eine Küche, Know-how und Erfahrungen aus dem Partyservice.“ Mit hochwertigen Kreationen, wie dem „Ox Cheek Burger“ mit Ochsenbäckle, unterstreicht er das.



Foto: Heike Sievers

Wenn Öffnungszeiten nicht ausreichen, Personal knapp ist oder das Umfeld des Geschäfts es hergibt, sorgen Automaten für eine 24-Stunden-Einkaufsmöglichkeit. Oder ein „Drive In“, wie bei der Gourmetfleischerei Zehetner im oberösterreichischen Dietach/Steyr, zu den üblichen Öffnungszeiten. Siegfried Zehetner, Geschäftsführer, erklärt: „Wir bieten seit zehn Jahren den ersten Fleischer Drive-In an und damit allen die Möglichkeit, schnell eine Jause, Menü oder den vorbestellten Einkauf sitzend im Auto zu erledigen. Die Bitte kam auch von Müttern, die ihre Kinder schlafend im Auto hatten. Am Anfang nur als Werbegag gedacht, haben wir durch diese Idee sehr viel Aufmerksamkeit und Anerkennung erlangt.“

„Zum Gesamtpaket der Onlinepräsenz – und ohnehin zu einer modernen Fleischerei – gehört ein Onlineshop“, findet Rüdiger Strobel, Landmetzgerei Strobel, im fränkischen Selbitz, „und außerdem ist er unserem Fall besonders wichtig für Kunden, die fern der Heimat nicht auf fränkische Spezialitäten verzichten wollen.“ Die Landmetzgerei Strobel verbindet das traditionelle Betriebsbild eines hundertprozentigen Verwerters mit modernen Aspekten, die in die Region passen,

beispielsweise die Verarbeitung von Strohschweinen und Weiderindern. An generelle Trends glaubt der Metzgermeister nicht: „Die Strukturen in Deutschland sind zu unterschiedlich. Wir können dort punkten, wo es um persönliche Kontakte geht – zu den Bauern als Fleischproduzenten und zu den Kunden.“ Davon profitiert das Image der gesamten Branche. Und einmal mehr gilt auch für das Fleischerhandwerk: „Wer nicht mit der Zeit geht, muss mit der Zeit gehen“.

IFFA 2019 zeigt die Innovationen für das Handwerk

Diese wichtigen Impulse für die betriebliche Zukunft in der Fleischbranche zeigt die IFFA, die Nr. 1 der Fleischwirtschaft, vom 4. bis zum 9. Mai 2019 in Frankfurt am Main. Informative Veranstaltungen rund um das Handwerk, Produkt- und Service-Neuheiten für den Verkauf, die Qualitätswettbewerbe des Deutschen Fleischerverbands und die zahlreichen Innovationen im technologischen Bereich machen den Besuch der IFFA zum Erlebnis.

Umfassende Informationen zur IFFA und Tickets unter:

www.iffa.com

Mehr erfahren über die internationalen Fachmessen im Bereich Lebensmittelverarbeitung der Messe Frankfurt unter:

www.food-technologies.messefrankfurt.com

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://iffa.com/presse>

Ins Netz gegangen:

www.iffa.com/facebook

www.iffa.com/twitter

www.iffa.com/youtube

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.400 Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 669 Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und eines internationalen Vertriebsnetzes unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent. Weitere Informationen:

www.messefrankfurt.com | www.congressfrankfurt.de | www.festhalle.de

IFFA
Die Nr. 1 der Fleischwirtschaft
Frankfurt am Main, 4.- 9.5.2019