



FLEISCHER UND/ODER VLEISCHER?

Mit Innovationsgeist und jede Menge Kreativität beweist die Schweizer Metzgerfamilie Jenzer aus Arlesheim, wie sich vegane Produkte etablieren können.



So läuft und floriert das Geschäft. Ein starker Beweis für hervorragende Leistung und Handwerk mit Herzblut. Doch birgt dies auch die Gefahr, dass Weiterentwicklung und Wachstum kaum bewusst, sondern vielfach eher zufällig geschehen. Man hält an Bewährtem fest, macht Bestehendes besser und vielseitiger und übersieht so manche echte Innovationen.

RIESENPOENZIAL

Sehr eindrucksvoll zeigt Raffael Jenzer von der Jenzer Fleisch + Feinkost AG, was möglich ist, wenn man über den Tellerrand blickt, und Trends wie den zu pflanzlicher Ernährung nicht als Bedrohung, sondern als Chance wahrnimmt, und sich auf den Weg macht. Im Januar startete er mit einer veganen Produktlinie, bestehend aus rund 15 Spezialitäten. Mutig, innovativ und provokant war das schon. Der Sinn war es, zu zeigen, dass ein

Im Profil

Schweizer Familienbetrieb im Kanton Basel (seit 1998) mit 70 Mitarbeitern, Fachgeschäfte in Arlesheim, Reinach und Muttenz sowie der Gasthof zum Ochsen. Das Fleisch stammt zu 100 % aus artgerechter Tierhaltung. Produziert werden natürliche, nachhaltige Lebensmittel in Premiumqualität. Zudem stellt die Familie Poulet-Pasteten aus Nebenprodukten aus der Haltung von Legehennen her, zum Beispiel Schenkel, Haut, Leber, Fett sowie (Schweine-)Fett.
www.goldwurst.ch

Jeder Metzger ist stolz auf seine hausgemachten Produkte. Seit Jahren, oft sogar Generationen, schätzen Kunden vor Ort hergestellten Geschmack, Qualität und Vielfalt. Die Kundschaft ist treu und empfiehlt eine gute Adresse gerne weiter.

Fotos: Jenzer Fleisch + Feinkost

Metzger für mehr als Fleisch steht, und das die Jenzer-Spezialitäten weiter bei den Eidgenossen auf die Teller kommen. Das Potenzial: Rund 25 % der Schweizer sind Flextarier – Tendenz steigend. Diese anspruchsvollen, kritischen und interessierten Kunden schätzen Qualität und bezahlen auch gut dafür.

WENN MAN ETWAS WILL...

...kann auch schnell gehen. Anfang November 2021 startete die Produktentwicklung, die neuen Produkte waren am 7. Januar 2022 in den Theken. Hackfleisch, Fleischkäse, Wienerli, Gemüseburger, -Wurst und -Balls, Vegan Burger, Lasagne, Tomatentatar, Kürbis-Ragout, Planted Chicken und Planted Pulled BBQ wurden in den drei Fachgeschäften präsentiert und im Aktionszeitraum Januar – ein klassischer Diätmonat und damit für Metzger oft Saurer-Gurken-Monat – beworben. In der Zeit vor Weihnachten bis Neujahr wurden die Mitarbeiter*innen geschult. Sie verkosteten die neuen Produkte und war dann richtig fit und begeistert für das neue Sortiment.

NACHHALTIGE PRODUKTION

Was einfach klingt, war gerade in der Produktion nicht ohne. Denn: Vor der Produktion mussten alle Maschinen komplett gereinigt werden, damit keine Kontamination mit Fleisch entsteht. Auch die Rezepturen waren zu testen, denn gerade die Struktur und die Konsistenz von Fleisch lassen sich nicht so leicht erreichen. Hier kam Methylcellulose zum Einsatz. Genial war auch die Lösung für das Hackfleisch: Speziell dabei ist, dass es zu 40 % aus Food Waste-Gemüse besteht, d. h. aus unförmigen Rüebli, Ernteüberschüssen von Bauern oder Zuschnitten von Gemüseresten. Aus Dörrtomaten zauberte die Fleischerfamilie ein leckeres Tatar.

TOP-RESONANZ UND MEDIENPRÄSENZ

Beworben wurde alles über einen Newsletter, Instagram, Facebook, Flyer, Aufsteller, Waagendisplays, Kundenstopper sowie einige Anzeigen in Printmedien. In den Geschäften wurden die Produkte speziell in der Theke hervorgehoben und mit selbstgestalteten Preisschildern versehen.

Das Echo war gewaltig. Die Kunden griffen gerne zu und die Medien kamen von selbst auf die Jenzers zu. Es entstand eine rege Diskussion im Internet, TV (z. B. Telebase), Radio und Printmedien berichteten. Eine Medienpräsenz die sonst locker einen sechsstelligen Franken-Betrag gekostet hätte, gab es so zum Nulltarif.

Gerade anspruchsvolle Fleischkunden haben oft auch Familienmitglieder, die sich pflanzlich ernähren. So können diese auch hier einkaufen und müssen nicht mehr das Geschäft wechseln. Das stärkt die Kundenbindung. Aber auch für den Nachwuchs oder neue Mitarbeiter ist das Unternehmen so attraktiv. Denn: Die Mission, Menschen natürlich, wertvoll und gesund zu ernähren und Lebensfreude zu verbreiten entwickelt richtig Sogkraft. Inzwischen hat sich das Sortiment fest etabliert. Ein Ausbau ist geplant, die Erfolgsgeschichte geht weiter.

Christian Böhm



Christian Böhm ist Geschäftsführer der auf die Metzgerbranche spezialisierten Böhm.media-Werbeagentur für Markenentwicklung und Onlineshop, im fränkischen Lauf.
www.boehm.media,
www.metzgerstars.de

Mit **FH** FLEISCHER-HANDWERK Energiekosten sparen

Profitieren Sie als Abonnent von unserer Vorteilskampagne und sparen Sie demnächst bei den Energiekosten.

Unsere Kooperationspartner Johannes Schuetze AG und InTime Media Services GmbH überprüfen unverbindlich Ihre bisherigen Energiekosten und können diese durch einen gebündelten Energieeinkauf zukünftig deutlich verringern.

Wollen auch Sie Ihren Vorteil nutzen und bei Ihren Energiekosten sparen? Kontaktieren Sie uns gerne!

Johannes Schuetze AG

Johannes Schuetze
 (0176) 98 35 00 00
Johannes.Schuetze@johannesschuetze.com

InTime Media Services GmbH

Friedrich Streng
 (0176) 23 86 35 44
Friedrich.Streng@itms-gmbh.de

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

Basak Aktas
 (089) 370 60 270
b.aktas@blmedien.de