

FH

FLEISCHER-HANDWERK

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



**FLEISCHER
MIT ERFOLG:**
Metzgerei Marienhof
+ Catering, Weiterstadt

- **NACHWUCHS:** David Becker, Weiterstadt
- **DIGITALISIERUNG:** Metzgerei Blank, Dachau
- **MESSE-VORSCHAU:** Branchentreff SÜFFA
- **AKTIONSWOCHEN:** Tag der Regionen 2023

Was passiert, wenn traditionelles Handwerk auf Digitalisierung und Globalisierung trifft? Der Dachauer Metzgermeister Kurt Blank schildert im Interview seine Sicht der Dinge zu notwendigen Veränderungen und die Zukunft seiner Branche.



„Des Ding brauch' ma, Kati!“

Kurt Blank (49) führt seit dem Jahr 2000 mit seiner Frau Kathrin die Dachauer Metzgerei Blank, die sein Vater 1968 gegründet hat.

Herr Blank, Sie sind 2020 von der Münchner Straße in einen 20 m²-Laden in weniger guter Lage umgezogen, warum?

Meine Frau und ich, wir konnten einfach nicht mehr. Wir hatten von Montag bis Samstag auf, dazu Partyservice am Wochenende. Damals habe ich täglich zwischen 14 und 16 Stunden gearbeitet. Plötzlich habe ich gemerkt, ich schaffe das nicht mehr. Mit 45 musste ich aus gesundheitlichen Gründen einen Cut machen. Das war schon ein Risiko, weil wir gar nicht wussten, ob und wie das laufen würde.

Wie wollten Sie die Standortnachteile ausgleichen?

Um weiterhin im Gespräch zu bleiben haben wir parallel zum Umzug unsere Homepage vernünftig umgestalten lassen.

Das hat sich während Corona sicher als Glücksfall erwiesen?

Ja, vor allem der neue Online-Shop! Durch



Neben dem Laden gibt es eine 24-Stunden-Shop und zudem links ein "Bestellfenster".

Corona wurden die Bestellungen per E-Mail immer mehr. Dadurch wurden aber auch Nachfragen und Arbeitsaufwand immer mehr, zeitweise drei, vier Stunden am Tag nur dafür. Wir mussten den Bestellvorgang daher eindeutig und fehlerfrei machen. Jetzt kann man z.B. genau auswählen, welches Gulasch man möchte und wann man es am Bestellfenster abholen möchte. Etwa 20 Prozent nutzen den Online-Shop.

Zum Online-Shop ein Lieferservice – wäre das eine weitere Innovation?

Tatsächlich wollen wir im Herbst damit star-

ten. Lieferung gegen eine Pauschale im Stadtgebiet als zusätzlicher Service, klimaneutral mit einem E-Bike mit Lastenanhänger. Wenn unsere Kunden zuhause sind, also etwa am Donnerstag- und Freitagabend und am Samstagnachmittag.

Man kann auch 24/7 an Ihren Automaten einkaufen.

Seit über zehn Jahren schon. Auf der Handwerksmesse in München wurden solche Automaten damals vorgestellt. Da meinte ich zu meiner Frau: „Des Ding brauch' ma, Kati.“

Und die Antwort Ihrer Frau war?

Dass ich wahnsinnig bin! Das Ganze hat damals fast 15.000 Euro gekostet und bayernweit gab es erst einen einzigen. Meine Frau dachte, das würde sich nie lohnen. In der ersten Zeit ging es noch etwas schleppend, aber mittlerweile wird das super angenommen. Daher haben wir 2020 beschlossen, in zwei Automaten am neuen Standort zu investieren. Seitdem haben wir am Montag ganz und am Mittwoch nachmittags frei.

So bleibt mehr Zeit für Social Media?

Das macht tatsächlich alles meine Frau.

Facebook hatten wir schon lange. Als plötzlich alle bei Instagram waren, hat meine Frau 2019 einfach einmal damit angefangen. Mittlerweile haben wir über 1.000 Follower.

Überrascht Sie diese Resonanz?

Absolut, das schätzt man manchmal gar nicht so ein. Das beste Beispiel war die Bratensülze. Im letzten Sommer hatten wir einmal extrem viel davon, also hat meine Frau spontan über die Herstellung gepostet. Keine 20 Minuten später stand der erste Kunde hier und hat danach gefragt. Dann kamen die nächsten, und so ging das weiter. Im Gegensatz zu den Printmedien hast du mit Social Media nicht nur sofort einen messbaren Wert, Kunden kommen aufgrund eines Posts auch direkt zu uns.

Muss man sich heute als Handwerker digital aufstellen?

Unbedingt. Die Leute gehen doch alle erst einmal ins Internet. Und wenn du da nicht drin bist, dann bist du nicht dabei! Um konkurrenzfähig zu bleiben muss man deshalb auch im digitalen Bereich investieren.

Wie machen Sie noch auf sich aufmerksam?

Etwa mit unserer Verpackung. Wenn jemand ein schönes T-Bone-Steak kauft, kommt das in eine schwarze Folie mit unserem Logo. Du verkaufst im Idealfall nicht nur ein super Produkt, sondern einen gewissen Lifestyle.

Die Metzgerei Blank als Brand also?

Du musst dich absetzen, ein Alleinstellungs-



merkmal haben. Warum kaufe ich beim Blank ein? Weil ich da die Salsiccia bekomme oder einen bestimmten Cut vom Charolais-Rind, alles aus artgerechter Aufzucht und regionaler Haltung. Dazu Zubereitungstipps. Du musst dir wirklich die Nische suchen.

Ein Zukunftsmodell für Ihre Branche?

In 20 Jahren wird es wohl nicht mehr viele wie uns geben. Die Bäcker sind schon einen Schritt weiter. Wie viele kleine Handwerksbäcker gibt es noch? Wenn man nur noch Backmischungen kauft, ist das natürlich praktisch. Aber der Tod jeder handwerklichen Bäckerei.

Wird es den Metzgern ähnlich gehen?

Das ist häufig jetzt schon der Fall. Die Industrie produziert tonnenweise für kleine Metzgereien, vom Aufschnitt bis zur Streichwurst. Das kann man alles zukaufen und

weiterverkaufen. Dann brauche ich mich nicht zu beschweren, wenn der Kunde ausbleibt, und ich den Laden zusperren muss.

Sie sind gerade laut geworden...

Ja, denn diesen Mist, Entschuldigung, den kann der Kunde überall kaufen. Du musst, verdammt nochmal, als Metzger dein Produkt selber machen. Dann kannst du auch 20 Prozent mehr verlangen. Denn da steckt Handwerkskunst drin, da steht dein Name dahinter, du weißt genau, was drin ist. Wenn du sogar dein Fleisch noch zukaufst, nicht mehr das ganze Tier verarbeitet und nicht weißt, wo es herkommt, hast du keine Rechtfertigung mehr dafür, dass du überhaupt noch da bist! Dann braucht dich keiner mehr.

Margrit Amelunxen

<https://textsandtales.com>
www.metzgerei-blank.de

Fotos: Margrit Amelunxen



Besuchen Sie uns auf
der SÜFFA 2023 in
Stuttgart!

**Halle 7,
Stand 7B50**

