

## Frischfleisch mit Mehrwert

# SAFTIGE ERGEBNISSE

*Das XL-Schnitzel zum XS-Preis verleitet kaum noch einen Gast zum Jubelschrei, gefragt sind vielmehr besondere – vor allem regionale, aber auch exotische – Spezialitäten sowie Markenprodukte, die nicht nur Sicherheit, sondern auch Abwechslung garantieren.*

Der deutlichste Trend, der sich momentan beim Frischfleisch ausmachen lässt, ist der Wunsch nach regionalen Produkten – schließlich ist das Vertrauen, dass die Österreicher heimischen Lebensmitteln entgegenbringen, derzeit so hoch wie nie. Speziell beim Fleisch birgt dies natürlich vielfältige Chancen für die gesamte Branche. Österreichisches Fleisch, das zwar aufgrund höherer Produktionskosten, meist klein strukturierter Betriebsformen und extrem strenger Kontrollen oft deutlich teurer ist als die meisten Importwaren, hat damit ein überaus starkes Vermarktungs-Argument bekommen. Und dieses Argument ist kein leeres Versprechen, schließlich geht es um Tiere, die im Inland gemästet werden und es nur wenige Kilometer zum Schlachter haben, deutlich besser als jenen, die quer durch Europa transportiert werden, was sich natürlich merklich auf Qualität und Geschmack auswirkt.

steht, die unter Kontrolle der AMA rund 200 Fleischbauern bündelt. Alle Schweine und Rinder, die unter besagter Marke vermarktet werden, werden nach kontrollierten Richtlinien ausschließlich in Österreich geboren, gemästet und geschlachtet – das schafft Verlässlichkeit für die Gastronomie und letztlich auch für den Handel. Manfred Wagner, Leitung Gastro-Sortimentsmanagement Kastner: „Die Entscheidung zu einem österreichischen Fleisch-Sortiment unter einer Dachmarke, die für einheitliche Produktions- sowie Kontrollstandards steht, war nötig und wichtig, denn schließlich muss die Qualität für unsere Kunden gesichert sein.“ Preislich hat sich dadurch übrigens nichts verändert, da durch die Umstellung auf eine rein österreichische Erzeugergemeinschaft anderwärtig Kosten eingespart und damit die Preise gehalten werden konnten. Aktuell wird das „donauland“-Sortiment übrigens um das „donau-

men. Sie haben schließlich die Sicherheit, verlässliche Qualität zu bekommen und das zum gleichen Preis wie vorher“, resümiert Ernst Luftensteiner, C+C Pfeiffer Category Manager Fleisch. Schöner Nebeneffekt der Marken-Ware: Sie macht sich – namentlich



und/oder mit Logo ausgelobt – auf jeder Karte gut und entspricht dem Wunsch der Gäste nach Transparenz.

**Von der Alm.** Vorreiter, wenn es um Qualitätssicherung sowie um Marken-Pro-



Manfred Wagner, Firmengruppe Kastner



Ernst Luftensteiner, C+C Pfeiffer



Franz Kneißl, Schirnhofner



Ernst Stocker, Geschäftsführer Wiesbauer Gourmet

**Qualitäts-Marken.** Da im Inland produziertes Fleisch für Händler außerdem einfacher zu kontrollieren ist, sind in letzter Zeit die Gastro-Großhändler dazu übergegangen, ihre österreichischen Lieferanten neu zu organisieren, ihre Sortimente umzustellen und sich verlässliche Quellen zu sichern. Kastner etwa stieg letztes Jahr als Vertriebspartner auf die Marke „donauland“ um, hinter der eine Erzeugergemeinschaft

land Lamm“ ergänzt, das ab sofort in allen Kastner-Märkten, aber auch über Wiesbauer Gourmet erhältlich ist. Auch C+C Pfeiffer setzt seit letztem Jahr mit seinem „premiumRind“ auf gebündelte österreichische Qualitätssicherung und hat sein Rindfleisch-Sortiment komplett auf die Qualitäts-Marke umgestellt. „Die Kunden reagieren durchwegs positiv und haben das neue Angebot sofort bestens angenom-

dukte geht, ist jedoch die Firma Schirnhofner. Und auch Schirnhofner hat eine Geschichte, die eng mit der Einsicht verbunden ist, dass in Zeiten diverser Lebensmittelskandale Transparenz, die Besinnung auf verlässliche regionale Lieferanten und tiergerechte Verhältnisse oberste Gebote sind. Gemeinsam mit den Fleischbauern der Region entwickelte Karl Schirnhofner daher bereits früh ein Regelsystem für den steiri-





schen Almochsen, der heute weithin als „Almo“ bekannt ist. Eine Marke, die für österreichische Herkunft, gentechnikfreie Fütterung, artgerechte Haltung sowie ein spezielles Reifeverfahren steht. Beim Vertrieb der Produkte setzt man konsequent auf verlässliche Partnerschaften – in der Gastronomie arbeitet Schirnhofner deshalb mit Frische-Lieferant Kröswang zusammen, der mit seinen Qualitätsansprüchen Schirnhofners Visionen teilt. Neben „Almo“ hat Kröswang übrigens auch „Premium Schweinefleisch“ im Portfolio, das von knapp 100 ausgewählten Vertrags-Bauern aus der Süd- und Ost-Steiermark stammt. Franz Kneißl, zuständig für Marketing und strategischen Einkauf bei Schirnhofner: „Für das „Premium Schwein“ kommt die neueste Technik zum Einsatz, um wirklich immer genau zu wissen, wie es den Tieren geht. Schirnhofner ist online mit den Bauern verbunden und kann daher bei Problemen sofort eingreifen. Damit haben wir es in kürzester Zeit geschafft, die Tiergesundheit weit über den Standard zu verbessern.“

**Schmankerl & Spezialitäten.** Wiesbauer Gourmet bietet als Spezialist in Sachen Fleisch sowohl regionale Spezialitäten aus Österreich, als auch besondere Schmankerl und Raritäten aus aller Welt. Alles selbstverständlich in erstklassiger Qualität. Dem steigenden Wunsch nach Regionalität trägt Wiesbauer Gourmet u.a. mit Produkten wie dem „Schneeberg Landschwein“ oder dem „Tullnerfelder Schwein“ Rechnung, sowie mit der „Wiesbauer Gourmet Kalbin“, hinter der – von der Fütterung bis zur Verarbeitung – eine ganz besondere Qualitätsphilosophie steht und die für extrem zartes und saftiges, gut



gereiftes Rindfleisch steht. „Mit unserem regionalen Spezialitäten-Programm unterstützen wir gezielt die heimischen Bauern und garantieren unseren Gastronomie-Partnern bestes österreichisches Qualitätsfleisch“, betont Wiesbauer Gourmet-GF Ernst Stocker.

Vor kurzem erweiterte Wiesbauer Gourmet sein Portfolio außerdem um internationale Schmankerl, um insbesondere der gehobenen Gastronomie spezielle, nicht alltägliche Alternativen zu liefern. Zur Verfügung stehen im Rindfleisch-Bereich „US Beef“, „Wagyu Beef“ und „dry aged beef“ von der Kalbin, das nicht wie üblich vakuum-, sondern im Stück und mit Knochen trocken-gereift ist. Dadurch ist es sehr intensiv im Geschmack und liefert Steaks der Extraklasse. Weiters erhältlich sind Bison sowie die raren Delikatessen Mangalitz- und Iberico-Schwein. „Fleischeinkauf ist Vertrauenssache“, weiß Stocker, „daher ist Wiesbauer Gourmet mit seiner Kompetenz und dem breiten Sortiment der perfekte Partner für die Gastronomie.“

### Verarbeitungsgerecht.

Dabei bietet das Gastro-Unternehmen von Wiesbauer je nach Bedarf sämtliche Teilstücke und Portionierungen an, um bei den Kunden neben hoher Qualität auch mit der gewünschten Convenience zu punkten. Genauso wie übrigens auch Kärntner: Denn je nach Kundenwunsch wird beim Kärntner Fleisch-Spezialisten das Frisch-Fleisch professionell und individuell vorbereitet und in praktischen Gastronorm-Schalen mit Aromaschutz geliefert.



Praktisch ist dabei auch, dass sich die vorbereiteten Teile für viele Anwendungen z.B. als Wiener Schnitzel, Cordon Bleu, Naturschnitzel oder einfach gebraten am Grill eignen. Durch die sorgsame Portionierung bietet Kärntner den Gastronomie-Kunden einen echten Mehrwert – nicht nur aus Gründen der Zeitersparnis, sondern auch weil keinerlei Verschnitte mehr anfallen und dadurch das Küchenbudget in punkto Fleisch exakt kalkulierbar wird.

Fazit: Fleisch ist wohl seit jeher die wichtigste Zutat im gastronomischen Menü. Hier zu optimieren und Spezielles zu bieten ist ein Trend, der allen Beteiligten gut tut. ks



# DAS BESTE. KRÖSWANG BRINGT'S.



Mit dem steirischen Feinkost-Spezialisten Schirnhofner bietet KRÖSWANG kontrolliert österreichische Herkunft, Qualität ohne Kompromisse und das AMA-Gütesiegel bei allen Schirnhofner Fleisch-, Wurst- und Schinkenspezialitäten. Qualität schmeckt einfach besser.

