



# Fleisch und Feinkost

Schweizerische Metzgerzeitung



## Unternehmen

5

Bell ist mit dem Jahr 2014 zufrieden. Sortimente mit höherer Wertschöpfung verzeichneten ein erfreuliches Wachstum.



## Wissen

11

Einer neuen Studie zufolge kehren über 80% der US-Vegetarier zum Fleischkonsum zurück.



## Vermischtes

13

Am 25. Januar ist der Haggis, eine schottische Fleischspezialität, in aller Munde.



## Inhalt

Aus dem SFF	6
Markt und Preise	7
Marktplatz und Stellenmarkt	14



Die Lieferung ist meistens die grösste Herausforderung beim Online-Handel.

(Bild: fotolia.com/Kurhan)

### Online-Detailhandel mit Fleisch

## Möglichkeiten und Grenzen des Internets

Wie stark wird das Internet unsere Arbeit und unser Leben noch verändern? Wird Fleisch künftig nur noch online verkauft? In München oriert eine Live-Metzgerei, ein «lebender Online-Shop statt eines toten Online-Katalogs», wie es der Betreiber nennt.

Wenn es um das Potenzial des Internets geht, sind auch Experten geteilter Meinung, wie einige Referate am Deutschen Fleisch-Kongress kürzlich aufzeigten. Der Ernst & Young-Manager Wolf Wagner gehört zu den Internet-Optimisten: Wie die Supermärkte die Tante-Emma-Läden verdrängt haben, die zuvor die Marktplätze ersetzt hatten, so werde der Online-Handel bald die Läden ernsthaft konkurrenzieren. Während heute der Anteil der Kunden,

die Lebensmittel online kaufen, im Promillebereich liegt, könnten es dereinst 30 Prozent sein, schätzt er. Vielleicht wird der Gang zum Detaillisten bald nur noch etwas für alte Leute und Kleinkäufe sein.

Gelassener sieht das Professor omas Roeb von der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg: Auch in den so Internet-freudigen USA stagniere der Online-Handel. Dieser möge beispielsweise für Bücher sinnvoll sein, die einen geringen Turn-over

+ VC999®

VERPACKUNGSSYSTEME

Vakuum-Kammer-,  
Schalensiegel- und  
Tiefziehmaschinen,  
Verpackungsmaterial

VC999 VERPACKUNGSSYSTEME AG  
Melonenstrasse 2, 9100 Herisau  
Telefon 011 999 900  
info 999 999 999 999

Editorial

## Politische vs. Produktwerbung



Über die vergangenen Fesstage wurde im Fernsehen SRF 1 ein Werbespot des Vereins gegen Tierfabriken (VgT) gegen den Fleischkonsum mehrfach ausgestrahlt. Mit der Botschaft «Auch für Ihren Festschbraten mussten Tiere leiden» propagierte der um Aufmerksamkeit buhlende VgT, der vom zur Genüge bekannten Erwin Kessler präsiert wird, zur besten Sendezeit und ohne Rücksicht auf die Feiertage den Veganismus «Ihrer Gesundheit und den Tieren zuliebe». Im Bewusstsein, dass Fleisch das emotionellste Lebensmittel ist, wurde von den Machern des auf Ektascherei ausgelegten Spots mit ausgewählten Bildern während der Entblutungsphase bzw. von unvorteilhaften Tierhaltungen wohl eine möglichst schockierende Wirkung beim Fernsehpublikum angestrebt. Dies unter wohlweislicher Ausblendung der Tatsache, dass die Schweiz nach grossen, jahrelangen Anstrengungen über einen der höchsten Tierwohlstandards weltweit verfügt.

Bekräftigt durch Rückmeldungen besorgter Kunden und Mitglieder und selber irritiert und perplex, sah sich die Verbandsleitung Ende Dezember veranlasst, mit einer Medienmitteilung gegen die unsägliche Aktion des VgT öffentlich Stellung zu beziehen. Dies auch deshalb, weil sich die Frage stellt, ob bzw. inwieweit hierbei eine Rechtsverletzung begangen wurde bzw. mit der missionarisch anmutenden Anpreisung des Veganismus eine Missachtung der SRF-Richtlinien hinsichtlich politischer Werbung vorliegt. Wie stark die SRF-Verantwortlichen bei der Ausstrahlung des Werbespots von einem früheren, vom VgT erstrittenen Urteil des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte geleitet wurden, entzieht sich unseren Kenntnissen. Auch dürfte dem VgT in Bezug auf die markenrechtliche Verwendung des Begriffes «Schweizer Fleisch» leider kaum beizukommen sein – dies im Gegensatz zum Onlineportal tierschutznews.ch mit zusätzlich abgeändertem Logo.

Wenngleich fachliche Argumente angesichts einer auf missionarischem Eifer beruhenden Gegenbewegung bekanntlich einen nicht einfachen Stand haben, so braucht es nun klar Gegensteuer seitens der gesamten Fleischbranche. Denn die nächsten Werbespots des VgT sind bereits angekündigt, und wer weiss, mit welcher neuen Eskalationsstufe von abschreckenden Botschaften dieser unsere Kundenschaft noch vergraulen bzw. zu einer Abkehr vom Fleischkonsum bzw. von sämtlichen tierischen Produkten bewegen will.

Ruedi Hadorn, SFF-Direktor



Auch einzelne Fleisch-Fachgeschäfte haben ihr Angebot inklusive Preis online gestellt. (Bild: ew)

haben und im Laden viel Platz benötigen. In England sei der Online-Handel ausserdem interessant, weil Ladenstandorte teuer sind und die Arbeitskräfte günstig, wodurch die Lieferungen billiger werden. Daraus lässt sich schliessen, dass Fleisch in der Schweiz nicht so bald in grösseren Mengen online verkauft wird.

Auch Wagner weist darauf hin, dass Fleisch und Wurst seltener online gekauft werden als andere Lebensmittel. Die Gründe dafür sind mannigfaltig: kurze Haltbarkeit, mangelndes Angebot aufgrund der nötigen Kühlung beim Transport oder auch geringes Vertrauen in die Qualität. Viele Kunden wollen Fleisch vor dem Kauf mit eigenen Augen sehen.

Überhaupt ist gerade beim Fleisch die letzte Meile, also der Transport zum Kunden, umständlich und teuer. Der amerikanische Detaillist Walmart setzt auf Crowdsourcing: Kunden werden gebeten, die Online-Einkäufe ihres Nachbarn gleich mitzunehmen.

**Live-Metzgerei mit Potenzial**  
Nicht zu unterschätzen sind die zahlreichen Zwischenstufen zwischen Online- und reinem Online-Kauf. Besonders clever ist das Konzept des Münchners Andreas Sparber mit seiner Live-Metzgerei:

Um die Vorteile des Internets zu nutzen und gleichzeitig seine Beratungskompetenz voll einsetzen zu können, hat er in seinem Geschäft eine Webcam eingerichtet. Kunden können sich einklicken und mit ihm ein ganz normales Verkaufsgespräch führen. Dank der Webcam kann der Käufer das Fleischstück auch sehen, bevor er sich entscheidet. Dann liefert es ihm ein Kurier nach Hause.

Ein weiterer Vorteil dieser Methode ist, dass am Bildschirm des Verkäufers angezeigt wird, wie der Kunde heisst und was er wann schon gekauft hat. Ein Elefantengedächtnis ist also nicht mehr nötig. Ausserdem kann Sparber seine Werbung gezielt verschicken: Sein Computer weiss zum Beispiel, wer im Herbst welche Wildspezialitäten mag. Er bereut nicht, dass er vor drei Jahren aufs Internet setzte, statt das Wachstum mit einer weiteren Filiale zu suchen. Seine Live-Metzgerei hat gegenüber einer Filiale den Vorteil, dass das finanzielle Risiko viel überschaubarer ist. Ausserdem muss er so nicht befürchten, dass die Filiale eines Tages aus baulichen Gründen umziehen muss und dadurch Kunden verliert. Und schliesslich kann er sein Personal im Hauptgeschäft konzentrieren, statt es über die ganze Stadt zu verteilen. ew

## Fleisch und Feinkost

Offizielles Organ des Schweizer Fleisch-Fachverbandes

Erscheint jeden zweiten Mittwoch  
Aussage: 4147 Expl.  
(WEMF/SW-Beglaubigung 14–15)  
Druckausgabe: 4350

**Redaktion und Verwaltung:**  
Schweizer Fleisch-Fachverband  
Postfach 1977  
Shlquai 255  
8031 Zürich  
Postcheckkonto 80-2960-4  
Telefon 044 250 70 60  
Telefax 044 250 70 61  
E-Mail: info@carnasuisse.ch  
www.metzgerei.ch

**Chefredaktor:** Elias Welti (ew)  
**Redaktoren:** Alexandra Bechter (be)  
David Herren (dh)

**Bezugspreise (jährlich):**  
SFF-Mitglieder Fr. 99.90  
Private Fr. 99.90  
Metzgerei-Nichtmitglied Fr. 167.–  
Ausland Fr. 125.–

**Anzeigenmarketing:**  
Publicitas  
Mürtschenstrasse 39  
8010 Zürich  
Telefon 044 250 3131  
Fax 044 250 3132  
E-Mail: service@publimag.ch  
www.publicitas.ch/publimag

**Satz, Layout, Druck:**  
NZZ Print, 8952 Schlieren  
E-Mail: print@nzz.ch  
www.nzzprint.ch