

Die Grillsaison verspricht Zusatzgeschäfte

afz/mm, LANDSHUT. Die Verbindung zwischen Kochen und Fleischerhandwerk erlebe eine Renaissance, betonte der Inhaber der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut, Metzgermeister und Diplom-Kaufmann, Dr. Herbert Huber, bei der Begrüßung der Teilnehmer zum Seminar „Neue Ideen für die Grillzeit“.

Die Deutschen stünden in Bezug auf ihr Körpergewicht den Amerikanern in nichts mehr nach, so Huber. Obwohl bei vielen auch die Kochpraxis zu wünschen übrig lasse, gebe es im Fernsehen immer mehr Kochsendungen, und Köche wiesen einen Prominentenstatus auf. Das Überleben der mittelständischen Metzgereien hänge von ihren angebotenen Zusatzleistungen ab. Übertrage man dies auf das Thema „Grillen“, so dürften nicht nur Schwenksteaks oder Polnische in der Theke liegen.

Verkaufstrainer und Seminarleiter Manfred Schmidmaier stellte 32 verschiedene Rezepturen aus seinem großen Repertoire vor. Unterstützt wurde er dabei von Fachlehrer Georg Schmid und Josef Mitter-

maier. Zuerst empfahl Schmidmaier seine verschiedenen hausgemachten Marinaden, allesamt von guter Haltbarkeit und ohne Zusatzstoffe hergestellt. „Wenn Sie schon einmal nachgerechnet haben, was fertige Marinaden kosten, werden Sie feststellen, dass sie teurer sind als Fleisch“, gab der Küchenchef zu bedenken. Zudem könnten sich die Fleischereien mit individuellen Produkten wie Senfschnittlauch-, Gyros, Jalapeña- oder Tomaten-Pesto-Marinade ein eigenes Profil verschaffen und sich von Mitbewerbern abheben. Ein Vorteil auch für Allergiker: Sie sind mit Produkten, bei denen die

Inhaltsstoffe vom Verkaufspersonal detailliert aufgezählt werden könnten, in jedem Fall auf der sicheren Seite.

Lukrative Zusatzgeschäfte zum bei gutem Wetter gefragten Grillfleisch versprach Schmidmaier auch mit seinen Dips, Grillbuttermilchvariationen und Feinkostsalaten. Gerade in Dips und Salaten ließen sich Abschnittreste aus der Theke hervorragend verwerten. Erheiterung rief bei den Seminarteilnehmern der Dip mit dem Namen „Scharfe Schwiegermutter“ hervor. Ein kreativer Produktname, durchaus mit regionalem Bezug, wirke sich verkaufsfördernd aus, erläuterte der Referent.



Lukrative Zusatzgeschäfte erwarten die Grillseminar-Teilnehmer beim Ausprobieren der vorgestellten Rezepturen.

Foto: mm