



FLEISCHERVERBAND NORDRHEIN-WESTFALEN

Fleischerverband Nordrhein-Westfalen · Uerdinger Str. 92a · 40668 Meerbusch

Landesinnungsverband
für das nordrhein-westfälische
Fleischerhandwerk

Landtag Nordrhein-Westfalen
Die Präsidentin des Landtags
Platz des Landtags 1
40221 Düsseldorf

Uerdinger Str. 92a
40668 Meerbusch

Tel. 021 50/706 88-0
Fax 021 50/706 88-19
info@fleischer-nrw.de
www.fleischer-nrw.de

24.05.2016

**Enquete-Kommission VI des Landtags Nordrhein-Westfalen
„Zukunft von Handwerk und Mittelstand“
Sitzung am 17. Juni 2016
„Handwerksmarkt Lebensmittel EK VI-17.06.2016“**

Sehr geehrte Frau Präsidentin,
sehr geehrte Damen und Herren,

zur Vorbereitung der Sitzung am 17. Juni 2016 nimmt der Fleischerverband Nordrhein-Westfalen zu den aufgeworfenen Fragen folgendermaßen Stellung:

Innovation

Das Fleischerhandwerk hat seit jeher technologische Innovationen erfahren. Angefangen bei den weit zurückliegenden mechanischen handwerklichen Erleichterungen, wie etwa Rohrbahnen, Gewerbespülmaschinen und Edelstahlregalen. Darüber hinaus hat es im Prozessmanagement zahlreiche Erleichterungen und Automatisierungen gegeben. Beispiele sind etwa Vakuumpfüller, automatische Abteilgeräte, Kutterabschaltautomatik im gewünschten Temperaturbereich, Räucheranlagen mit automatischer Zu- und Abluftsteuerung, Ladentheken mit Befeuchtungsanlagen aber auch handwerkliche Warenwirtschaftssysteme, bezogen auf Einkauf und Verkauf. Hervorzuheben sind ferner Neuerungen im Partyservice, wie Selfcookingcenter/Konvektomaten, Thermoboxen ohne bzw. mit wenig Temperaturverlust, Digitalisierte Réchauds und Rollwagen.

Künftig wird sicherlich auch im Fleischerhandwerk die Digitalisierung Einzug halten. Es ist allerdings festzuhalten, dass die Digitalisierung im Fleischerhandwerk zeitversetzt ankommen wird, nicht zuletzt auch aufgrund der hohen zu tätigen Investitionen. Es gibt bereits einige Prozesse, wie etwa moderne Elektronik oder computergesteuerte Anlagen, aber es handelt sich dabei keineswegs um eine Revolution, sondern es bewegt sich nur langsam etwas. Ähnliches gilt für den 3-D-Druck, der derzeit im Handwerk (noch kein Thema) ist. Es ist wohl eher eine Sache für die Industrie.



FLEISCHERVERBAND NORDRHEIN-WESTFALEN

Im Bereich der Digitalisierung wäre es hilfreich, wenn die Politik für die Betriebe Anreize schaffen könnte, die zu einem anderen Problembewusstsein führen, die ihm auch Hilfestellung bieten, auszuloten, in welchen Bereichen im Handwerk Prozesse durch Digitalisierung optimiert werden können bzw. die neue Geschäftsmodelle entstehen lassen könnten. Da das Fleischerhandwerk hier erst am Anfang steht, wäre es hilfreich, einen Sensibilisierungsprozess in Gang zu setzen.

Auch im Bereich der Produktentwicklungen gibt es bereits einige Strömungen im Fleischerhandwerk, die innovative Entwicklungen, wie „vegan“ und „vegetarisch“ aufgreifen. Aber auch in diesem Bereich ist die Entwicklung eher zaghafte und man wird letztendlich abwarten müssen, wie auch die rechtliche Einordnung vonstatten gehen wird. Der Vegan-Trend kann sicherlich als Chance aufgefasst werden. Die Auffassung im Fleischerhandwerk ist hierzu aber eher gespalten. Der klassische Metzger ist eher nicht geneigt, ein klassisches Fleischerzeugnis, für das er seit Jahrzehnten steht, nunmehr unter Weglassen von Fleisch durch pflanzliche Ersatzstoffe herzustellen, beispielsweise eine Frikadelle mit Gemüseeinlage. Wer will es ihm verdenken.

Es kommt ferner hinzu, dass erst noch zu klären ist, ob ein Produkt, das als „Veggie-Schinken“ bezeichnet wird und nicht aus Fleisch hergestellt wurde, tatsächlich die Bezeichnung „Schinken“ tragen darf. In diesem Bereich sind die rechtlichen Rahmenbedingungen noch nicht gänzlich geklärt. Auch daher ergibt sich eine gewisse Zurückhaltung im Fleischerhandwerk, mit diesen Dingen innovativ umzugehen, bzw. es tatsächlich als Chance aufzufassen und in Geld umzumünzen. Die Fleischwarenindustrie (siehe Rügenwalder) ist dem Fleischerhandwerk da um einiges voraus. Aber die Zeit wird zeigen, wie rechtskonform die Praktiken der Fleischwarenindustrie hier wirklich sind. Insoweit bleibt abzuwarten, wie dieser Bereich abschließend juristisch geregelt werden wird.

Aber das Fleischerfachgeschäft hat sich den veränderten Verzehrsgewohnheiten der Verbraucher schon angepasst. Es eröffnen sich neue Möglichkeiten. Ein Beispiel sind fertige Gerichte in temperaturhaltenden Styroporverpackungen. Gefragt sind auch Speisen für den direkten Verzehr als Imbiss vor Ort oder „To go“. Handwerkliche Metzgereien punkten mit dem Rohstoff. Der Rohstoff stammt in der Regel aus der Region. Qualitativ ragen insbesondere regionaltypische Erzeugnisse heraus. Zudem bieten spezielle Zuschnitte sowie so genanntes Edelfleisch von besonderen Rassen oder aus extensiver Haltung wie auch bestimmte Reifungsverfahren (Dry Aged) Möglichkeiten, sich zu profilieren. Immer mehr Fachgeschäfte ergreifen erfolgreich diese Chance.

Auch im Bereich der Kommunikation zeigen sich die eigentlichen Innovationen und es gibt deutliche Fortschritte. Das sind die so genannten Online-Shops. Der Onlinehandel ist ein wachsender Markt. Der Online-Handel wird überhaupt die Märkte insgesamt weiter verändern - und das in einer wahnsinnigen Geschwindigkeit. Das Ganze wird großflächiger und transparenter werden. Aber auch hier steht das Fleischerhandwerk ganz am Anfang und braucht seitens der Politik Unterstützung. So sollten die kleineren und mittleren Betriebe beispielsweise durch Förderprogramme darin unterstützt werden, den Onlinehandel rechtssicher auszubauen und damit neue Absatzwege aufbauen zu können. Über den Onlinehandel ließen sich regionaltypische Produkte in einem viel größeren Radius vermarkten.



FLEISCHERVERBAND NORDRHEIN-WESTFALEN

Wettbewerbssituation der Handwerklichen Lebensmittelherstellung

Das Fleischerfachgeschäft hat mit den verschiedensten Wettbewerbern zu konkurrieren. Beispielhaft genannt sind Direktvermarkter, oft auch als Marktscheue bekannt, offene Höfe, ausländische Mitbewerber, die oftmals leider keine wirklichen Kenntnisse mit dem Umgang Rohstoff Fleisch besitzen und sämtliche Ketten von Billiganbietern. Diese bieten ohne Rücksicht auf das Wettbewerbsrecht Lebensmittel oft zu Dumpingpreisen an.

Die Betriebe des Fleischerhandwerks erhalten Ihre Wettbewerbsfähigkeit bzw. verbessern diese dadurch, dass sie qualitativ hochwertige Produkte anbieten. Das setzt aber auch voraus, dass sie das Ausgangsmaterial, was sie dafür benötigen nach wie vor aus intakten regionalen Wirtschaftsstrukturen beziehen können.

Die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe kann beispielsweise weiter verbessert werden durch die Schaffung von Anreizen zur Selbständigkeit, durch Unterstützung finanzieller Art bei der Betriebsgründung und bei der Übernahme von Betrieben.

Betriebsstrukturen der handwerklichen Fleischereien/Differenzierung und Geschäftsmodelle

Ca. 80 % der Fleischerfachgeschäfte sind Familienbetriebe, die Inhabergeführt sind. Darunter sind keine Filialisten und Ketten, wohl aber Betriebe mit wenigen Filialen. Die Philosophie lässt sich umschreiben mit Begriffen wie Regionalität, Frische, Qualität und Service, die vor Preis und Masse gehen. Es besteht in der Regel ein partnerschaftliches Verhältnis zur Landwirtschaft bzw. zum Bauern.

Als Standorte lassen sich identifizieren:

1. Städtische Lage bzw. Stadtzentrum

Kundenstamm: ca. 40 % Stammkundschaft, 60 % Laufkundschaft
Kerngeschäft: Fleisch und Fleischspezialitäten aus regionalen Wertschöpfungsketten, Wurstspezialitäten aus eigener Herstellung und Zukauf von internationalen Spezialitäten, Fleisch- und Wurst im Glas und Dose aus eigener Herstellung
Zusatzsortiment: Feinkostsalate, Käse, Wein, Brotaufstriche, Antipasti, Konserven
Mittagstisch: Convenience-Produkte, Partyservice

2. Ländlich bzw. stadtnah

Kundenstamm: ca. 80 % Stammkundschaft, 20 % Laufkundschaft
Kerngeschäft: wie unter 1., aber oft kein Mittagstisch. Stattdessen lediglich „To-go“-Produkte (Frikadelle, Schnitzel etc.)

Für die Standortplanung ist wichtig zu wissen, welche Schwierigkeiten bei einer Expandierung häufig auftreten. Dies sind oftmals Parkplatzprobleme, das Zeitfenster für Genehmigungen aller behördlichen Art ist zu groß. Oftmals gibt es bürokratische Widerstände bei den einzelnen Ämtern (Kommunen, Gewerbeaufsicht etc.)

Für das Fleischerhandwerk lassen sich drei Geschäftsmodelle identifizieren, die hauptsächlich denkbar und erfolgsversprechend sind:

1. Als Hauptgeschäft mit eigener Produktion im Orts-/Stadtkern zur Nahversorgung
2. Hauptgeschäft mit angeschlossenen Imbissbetrieb oder Gaststätte
3. Als Filiale in verschiedenen Einkaufszentren oder kleineren Orten.



FLEISCHERVERBAND NORDRHEIN-WESTFALEN

Es ist auch seitens der Politik zu erkennen, dass das Fleischerfachgeschäft davon profitieren kann, wenn in seiner unmittelbaren Umgebung und Nähe weitere Handwerksbetriebe anderer Gewerke angesiedelt werden. Beispiele sind Obst- und Gemüsehändler, Bäckereien, Konditoreien, Fischgeschäfte, Floristen. Diese Betriebe vermitteln dem Verbraucher – wenn sie denn gut gemacht sind – ein Einkaufserlebnis. Ausschlaggebend ist hier die fehlende Anonymität, wie sie oft im Supermarkt anzutreffen ist, und eben der Rohstoff als solcher.

Berufsbild

Das Berufsbild des Fleischers hat sich im Laufe der Jahre gewandelt. Das Berufsbild ist um einiges moderner geworden und nicht mehr zu vergleichen mit demjenigen, das es in den 50er-Jahren gegeben hat. Heute ist der Fleischer mehr ein Veredeler bzw. Fleischdesigner. Heute zeichnet das Fleischer-Fachgeschäft und damit den Fleischer Folgendes aus:

1. Fachmann der regionalen Fleischküche
2. Herstellung eines breiten Sortimentes an Eigenprodukten
3. Hochwertiges Zusatzsortiment, regional und europäisch
4. Dienstleister für Qualität und Frische
5. Ständige Produktüberwachung und Kontrolle (Temperaturen, Allergenmanagement etc.)
6. Zahlreiche Veredelungsprozesse
7. Zunehmend Erweiterung der Sortimente, Partyservice, Bistro ähnlich der Erlebnisgastronomie.

Damit korrespondieren die Anforderungen, die an das neue Berufsbild zu stellen sind:

1. gute Schulbildung (Realschulabschluss und höher)
2. Ausbildungsfähigkeit
3. Informatikgrundkenntnisse
4. Innovatives und hygienisches Arbeiten mit allen Lebensmittelrohstoffen
5. Teamfähigkeit gegenüber Mitarbeitern und Sensibilität gegenüber Kunden

Entscheidend dürfte künftig die **Imagewerbung** für diesen Berufszweig sein. Insbesondere ist es von großer Bedeutung, die Eltern der Auszubildenden für diesen Beruf zu begeistern. Dabei sind gewisse Hürden und Vorbehalte diesem Beruf gegenüber zu überwinden. Auch hierzu kann die Politik einen Beitrag leisten, indem das Image dieses Berufs, dieses Berufsstandes in der Öffentlichkeit verbessert wird. Die Fachverbände und die jeweiligen Innungen vor Ort haben im Laufe der Jahre verschiedenste Imagekampagnen aus den eigenen Reihen heraus gefahren, um Jugendliche zunächst einmal auf diesen Beruf aufmerksam zu machen und dafür zu begeistern. So gibt es unter anderem auch zahlreiche Werbeaktionen des Deutschen Fleischerverbandes, darunter auch die Aktion „Fleischerhandwerk - anders als du denkst“, mit der Anstrengungen unternommen werden, Jugendliche für diesen Beruf zu interessieren und schließlich auf Dauer zu gewinnen.

Das Fleischerhandwerk – ähnlich auch die übrigen Lebensmittelhandwerke – haben gravierende Nachwuchssorgen. Hier muss durch die Politik in Bezug auf die Imageverbesserung deutlich mehr getan werden. Beispiel: Fördergelder, Außendarstellung, Imagebildung, Unterstützung auf Jobbörsen und in Schulen, Werbeaktionen.



FLEISCHERVERBAND NORDRHEIN-WESTFALEN

Bestandsanalyse bezogen auf die Politik

1. Es ist festzustellen, dass das **politische Versprechen und die Wirklichkeit** öfter auseinanderfallen

Zum Beispiel werden regionale Herkunft und transparente Herstellung von Lebensmitteln vom Verbraucher gewünscht und auch von der Politik großgeschrieben. In der Praxis sieht es allerdings oft anders aus. Die kleineren und handwerklich arbeitenden Betriebe werden oft gegenüber den großen Betrieben aus der Industrie benachteiligt – auch durch politisch falsch gesetzte Impulse und falsche Rahmenbedingungen. Real führen die Rahmenbedingungen oft dazu, dass die Regionen nicht mehr richtig funktionieren.

Des Weiteren werden kleinen und mittelständischen Betrieben durchaus Förderprogramme versprochen, aber tatsächlich sind die Bedingungen so komplex (Förderanträge etc.), dass dies nur die Großen schaffen können, die dafür eigens Abteilungen haben. Real werden die Großen gefördert und die Kleinen benachteiligt.

2. Die Rahmenbedingungen für die kleineren Betriebe sind ungünstig: **zu viel Bürokratie, zu viel Dokumentationspflichten, zu viel Gebühren** (Beispiele EEG-Umlage; Gebühren für Erstkontrolle, Einführung elektronischer Kassensysteme, ausufernde Dokumentationspflichten, Einführung des Hygiene-Kontrollbarometers). Das Handwerk wird kriminalisiert und unter Generalverdacht gestellt. Die kleinen Betriebe werden durch ein immer mehr an Bürokratie und Kosten erdrückt. Man muss sich daher nicht wundern, wenn den kleineren Betrieben jedenfalls langfristig mehr und mehr die Luft ausgeht. Langfristig gesehen, werden die Geschäftsaufgaben daher nicht weniger werden. Die schwierige Betriebsnachfolge hat auch mit eine Ursache darin, dass die Rahmenbedingungen nicht mehr stimmen.

3. **Vernachlässigung regionaler Strukturen**

Zwar bekennt sich die Politik gerne zur Regionalität, aber in der Vergangenheit sind die regionalen Strukturen „fast systematisch“ zurückgedrängt worden. Es gibt immer weniger selbstschlachtende Betriebe, nicht zuletzt auch deshalb, weil die Investitionen, die von den Betrieben gefordert worden sind, das Maß der Verhältnismäßigkeit längst überschritten haben.

Denn die Realität sieht vielfach so aus, dass gerade auch über die kleinen Betriebe des Handwerks ohne Augenmaß Industriemaßstäbe gestülpt werden. Man hat den Eindruck, insbesondere was die Standortpolitik angeht, dass die Politik die Ansiedlung auf der grünen Wiese bevorzugt, zumindest in der Vergangenheit bevorzugt hat. Selbst regionale Förderprojekte gehen teilweise auch an die Industrie.

Politik denkt Global – nicht regional, auch wenn sie immer regional spricht. Selbst wenn Politik regional agiert, werden dennoch die Globalplayer bevorzugt (EDEKA, Kaisers). Ihnen wird politisch der Boden eher bereitet als dem Mittelstand.

4. **Marktverdrängung durch konkretes politisches Handeln**

Beispiel: Das seit 2007 bestehende Verbot, Fleisch in Schlachträumen zu zerlegen und zu verarbeiten, wurde aufgehoben. So sehr dieser Schritt zu begrüßen ist, so sehr kommt er für viele kleine, ehemals selbstschlachtende Betriebe zu spät. Die Aufhebung des Verbotes ist sicherlich der richtige Schritt hin zu einer Entlastung kleiner und mittlerer Schlachtbetriebe und eine Stärkung der regionalen



FLEISCHERVERBAND NORDRHEIN-WESTFALEN

Lebensmittelproduktion. Richtig ist auch die Erkenntnis, dass kleine und mittlere Schlachtbetriebe die regionale Lebensmittelproduktion gewährleisten und hierdurch in ihrer Nähe auch den Betrieben der Landwirtschaft Arbeitsplätze sichern.

Allerdings ist genauso festzustellen, dass das Fleischerhandwerk seinerzeit bei der Umsetzung des europäischen Hygienepaketes vor acht Jahren nicht gehört wurde. Schon damals wurde darauf hingewiesen, dass die deutsche Vorschrift, Schlachtung, Zerlegung und Produktion räumlich zu trennen, über das europäische Recht in unzulässiger Weise hinausgeht. In keinem anderen Mitgliedsstaat wurde dies so restriktiv angewandt wie in Deutschland. Schon damals wurde vor unverhältnismäßigen Härten gewarnt und darauf hingewiesen, dass es möglich ist, Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung nach der Reinigung und Desinfektion durchaus in einem Raum durchzuführen, also zeitlich getrennt.

Für viele Betriebe kommt die Aufhebung des Verbotes jetzt leider zu spät. Der damalige nationale Alleingang von 2007 hatte zur Folge, dass aufgrund der hohen Investitionen, die das Verbot nach sich zog, viele Betriebe gezwungen waren, die Schlachtung völlig aufzugeben. Auch viele kommunale Gemeindeschlachthäuser, die in früheren Jahren mit öffentlichen Geldern erbaut wurden und sich großer Akzeptanz bei der Bevölkerung erfreuten, mussten geschlossen werden. Damit wurden lange Traditionen beendet. Einfach so.

Die Rückkehr zur Flexibilität, so wie sie dem Gemeinschaftsrecht innewohnt, mag begrüßenswert sein; verloren gegangene Strukturen und Existenzen bringt sie allerdings nicht wieder zurück. Es bleibt zu hoffen, auch auf Landesebene, dass zukünftig Einwände aus der Praxis, die berechtigt sind, stärker Eingang in das ordentliche Gesetzgebungsverfahren finden und wesentliche materielle Vorgaben nicht von irgendwelchen Arbeitsgruppen ohne Beteiligung der Betroffenen erlassen werden.

5. **Die Politik läuft oft kontra Handwerk**

Beispiel „Gabriels Ministererlaubnis“. Auch wenn dies Bundesrecht ist, zeigt es doch einmal mehr die Tendenz. Die Ministererlaubnis zur Übernahme von Kaisers-Tengelmann durch EDEKA ist schädlich und für das Handwerk kontraproduktiv. Es wird zu einer Verschärfung der Wettbewerbssituation für die kleineren Betriebe führen. Hierdurch werden monopolistische Strukturen weiter gefördert, nicht zuletzt aber auch zum Schaden der Verbraucher.

6. Es fehlen Anreize durch **Fördermaßnahmen**: Es stellt sich die Frage, wie man neue Strukturen hierdurch schaffen kann. Die Betriebe, insbesondere die kleineren Betriebe, sollten auf diesem neuen Absatzweg unterstützt werden, z.B. beim Online-Handel.



FLEISCHERVERBAND NORDRHEIN-WESTFALEN

Konkrete Zukunftserwartung des Fleischerhandwerks

1. Stärkung, Förderung und zum Teil Wiederbelebung der regionalen Wirtschaftsstrukturen
2. Verbesserung der regionalen Bezugsquellen
3. Erstellen eines Schlachthofnetzwerkes
4. Optimierung der politischen Rahmenbedingungen: Bürokratieabbau, Verringerung der Dokumentationspflichten, Verringerung der Gebühren
5. Abschaffung von Investitionszwängen z. B. bei der Anschaffung neuer Waagen- und Kassensysteme ab 2017
6. Kostensenkung (Steuererleichterung, Schlachtgebühren, Energiesubvention)
7. Mehr Förderprojekte für handwerkliche Fleischereien
8. Schaffung von Möglichkeiten zur Bildung von Eigenkapital
9. Unterstützung für eine bessere Imagebildung in der Außendarstellung
10. Unterstützung bei der Nachwuchsförderung

Mit freundlichen Grüßen

Emil-Gustav Müller
Landesinnungsmeister

Dr. Sabine Görgen
Geschäftsführerin