# METZGER – Berufsanalyse

Inhalt

[METZGER – Berufsanalyse 1](#_Toc50036130)

[Tätigkeiten 1](#_Toc50036131)

[Arbeitsorte 1](#_Toc50036132)

[Arbeitskleidung 1](#_Toc50036133)

[Anforderungen 1](#_Toc50036134)

[Hindernisse 2](#_Toc50036135)

[Veränderungen 2](#_Toc50036136)

[Zu erwartende Veränderungen 2](#_Toc50036137)

[Umfeldinformationen bedingt durch geographische Lage 3](#_Toc50036138)

[Gesammelte Quellen vom 01.04.2020 3](#_Toc50036139)

## Tätigkeiten

Fleischer/in ist ein 3-jähriger, anerkannter Ausbildungsberuf in Industrie und Handwerk.  
Qualifikationen für den Beruf wie auch spätere Aufgaben bestehen in:

* Ggf. Tierschlachtung und Vorbereitung der Schlachttierkörper für die weitere Verarbeitung
* Fleischqualität beurteilen
* Fleisch zum Verkauf vorbereiten (bspw. Braten, Schnitzel oder Hackfleisch)
* Weiterverarbeitung zu Fleisch- und Wurstwaren (Fleisch kochen, zerkleinern oder räuchern, je nach Rezept mit Würzmittel und Konservierungsstoffen)
* auch Herstellung von Feinkosterzeugnisse, Fertiggerichten und Konserven
* Fleischprodukte verpacken
* Maschinen und Werkzeuge nutzen und warten
* Wurst, Feinkost und Salate in der Verkaufstheke herrichten
* Kundenberatung und Verkauf
* Evtl. kalte und warme Speisen für den Imbissbetrieb bzw. Partyservice zubereiten

## Arbeitsorte

Fleischer/Innen finden in erster Linie hier Beschäftigung:

* In Betrieben des Fleischerhandwerks
* In der Fleisch- und Wurstindustrie
* In Einzelhandelsgeschäften
* In Fleischgroßmärkten
* In Schlacht- und Fleischzerlegebetrieben

Hier arbeiten sie häufig in Wurstküchen oder Räucherräumen. Falls in der Metzgerei ein Schlachtbereich integriert ist, muss zwischen diesem und der Verarbeitung eine Hygieneschleuse passiert werden.

## Arbeitskleidung

In der Regel in weiß: Hose, Hemd, Plastikstiefel, Plastikschürze, Basecap

## Anforderungen

* Sorgfalt (Umgehen mit leicht verderblichen Fleisch- und Wurstwaren)
* Handwerkliches Geschick (z.B. Zerlegen von Tierkörpern mit Messern und Spezialwerkzeugen)
* Geschicklichkeit und Auge-Hand-Koordination (z.B. beim Anrichten von Fleisch- und Wurstwaren oder beim Zerlegen, Auslösen, Zuschneiden von Fleisch)
* Verantwortungsbewusstsein (z.B. beim Einhalten liebensmittel- und ggf. tierschutzrechtlicher Vorschriften)

## Hindernisse

* 2010: neue Lebensmittelverordnung der Europäischen Union (höhere Standards in Schlachtbetrieben): Zulassung für kleinere Betriebe nur schwer zu bekommen
  + Kleine Handwerksbetriebe haben die gleichen Auflagen wie Großindustrie; Resultat: Umrüstungen zu teuer, Schlachten im Betrieb aufgegeben, teilweise nach jahrzehntelanger Tradition
* Fachkräftemangel: Viele Betriebe schließen, da sich niemanden findet, der den Laden übernimmt

## Veränderungen

* Maschinelle Verarbeitung: Automatisierung des Schlachtprozesses
  + Option 1: Fertig geschlachtete Tiere kaufen 🡪 kein Einfluss auf Fleischqualität
  + Option 2: eigene Schlachtung/Handarbeit 🡪 kaum noch rentabel (Bsp.: 1,50€ für ein Schweinekilo vom Landwirt gegen 1,80€ für ein fertig geschlachtetes Schwein vom Großhändler)
* Mangel an qualifizierten Fachkräften führt zu extremer Auslastung 🡪 Investition in modere Technik und digital unterstützende Technologien, sodass zeitaufwändige Routinearbeiten schneller erledigt werden können
* Nutzung sozialer Medien für die Kundenkommunikation
* Vermehrte Onlineshops: vollautomatischer Bestellprozess
* Bargeld- und kontaktlose Zahlungsmethoden
* Vollautomatische Zeiterfassung für die Mitarbeiter
* Digitale Dokumentation der Hygienemaßnahmen
* Digitale Anwendungen wie Verkaufswaagen insb. Für Azubis, die noch nicht alle Produkte und ihre Preise kennen – Applikationen müssen einfach, schnell bedienbar und sicher sein

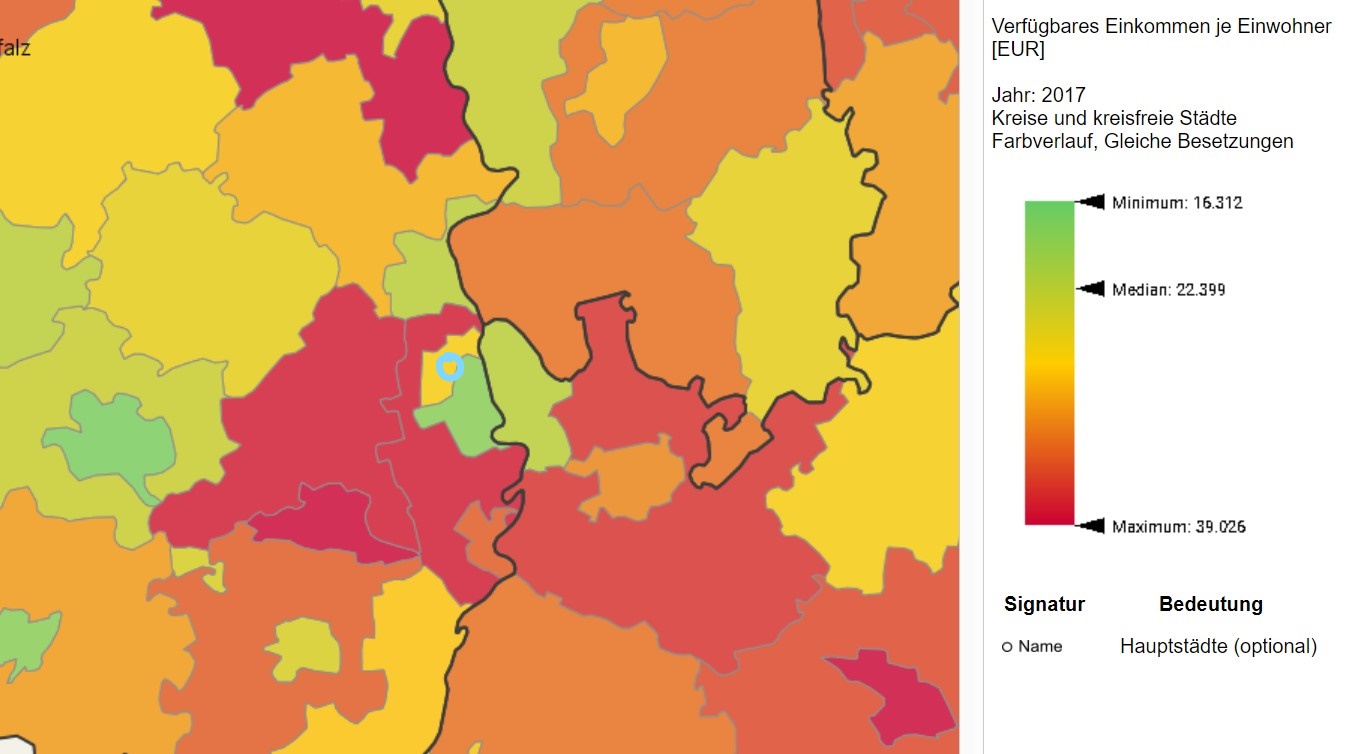
**Veränderung des Berufsbildes:** Anstelle von Schlachten steht heute eher die Veredelung von Fleisch  
Durch diese Wandlung des Berufs und die damit verbundene Konzentration auf wenige Schlachtstätten ist die noch bis in die 1970er Jahre übliche Verarbeitung von schlachtwarmem Fleisch zur Herstellung von Brühwurst fast nicht mehr möglich. Für diese ist eine enge Verzahnung zwischen Schlachtung und Verarbeitung notwendig, da das Fleisch innerhalb von zwölf Stunden entbeint, ausgesucht und verarbeitet werden muss.

## Zu erwartende Veränderungen

Vor dem Hintergrund der anhaltend guten wirtschaftlichen Situation im Fleischerhandwerk führt der Mangel an qualifizierten Fachkräften bei den Betrieben zu extremer Auslastung. Ungenutzte Effizienzpotenziale müssen erschlossen werden, was die weitere Investition in moderne Technik und digital unterstützende Technologien nahelegt.

* Einsatz von Robotern, die bspw. Eine Schweinehälfte per Röntgensystem durchleuchten können, die Lage der Knochen erfassen und die exakten Schneidelinien berechnen, mit dem das Fleisch von den Knochen getrennt werden soll (höhere Präzision als bisher)
* Entwicklung von Arbeitsrobotern am Fraunhofer Institut: sollen zumindest teilweise das händische Befüllen, Entladen und Sortieren im Produktionsprozess übernehmen. Dabei wird künstliche, selbst lernende Intelligenz eingebaut. Die Roboter sollen eigene Fehler erkennen und Konsequenzen daraus ziehen. Sie hören auf Sprachbefehle, genau wie Alexa
* Internet der Dinge (IoT, Internet of Things): Geräte werden über das Internet verbunden und können miteinander kommunizieren – seien es Produktionsmaschinen, Küchenautomaten oder die Kassen und Waagen im Laden (Bsp.: Kombidämpfer können an die Spülmaschine melden, dass seine Essenszubereitung in 15 Minuten abgeschlossen ist und dass in spätestens 60 Minuten bestimmte Spülkapazitäten gebraucht werden)
* CRM, das Consumer Relationship Management:  Über digitale Anwendungen werden Kundenstrukturen analysiert, Kundenvorlieben identifiziert, die Kundenkommunikation individualisiert, Kundenbindungen zum Beispiel über Karten- und Gutscheinprogramme gestärkt. Das alles mit dem Kommunikationsmedium Smartphone im Mittelpunkt und mit Apps, die vielfältige Services bieten
* Die Inosoft AG aus Marburg wird in Zusammenarbeit mit KG Wetter eine experimentelle 3D-Brillen-Anwendung für die Fleischerei vorstellen
* Bizerba wird mit seinem Programm RetailApps zeigen, wie man Schritt für Schritt digitale Unterstützung in den analogen Arbeitsablauf bringen kann
* Die Content Management AG, bekannt für Unternehmenswebseiten, wird unter der Überschrift „Jobbooster“ ein digitales Konzept zur Fachkräftegewinnung vorstellen.
* Es ist außerdem eine Entwicklung hin zur Spezialisierung auf Gourmet-Produkte und hochwertiges Fleisch zu erwarten. Hier erfolgt der Vertrieb zunehmend über Onlineshops.[1]

## Umfeldinformationen bedingt durch geographische Lage

  
Der blaue Punkt auf der Karte kennzeichnet Ludwigshafen-Oppau, den Standort unserer Metzgerei. Aus der Grafik von 2017 ist das verfügbare Einkommen je Einwohner in Euro gekennzeichnet. Erkennbar ist, dass sich unsere Metzgerei in einem Umkreis eines großen Kreises befindet, in dem das Pro-Kopf-Einkommen mit 24.555 bis 39.026€ sehr hoch ist, allerdings ist das Pro-Kopf-Einkommen im Kreis des Metzgerei-Standortes mit 16.312 bis unter 20.236€ eher gering. Ein weiterer Kreis, an den unser Standort grenzt, hat ein mittelmäßiges Pro-Kopf-Einkommen vorzuweisen.



Die Region um Ludwigshafen-Oppau (Rhein-Pfalz-Kreis) kann nicht als ländlicher Raum gesehen werden, der Anteil der Siedlungs- und Verkehrsfläche an der Gesamtfläche liegt bei beachtlichen 22%. Der nahe gelegene Donnersbergkreis jedoch, kommt nur auf knapp 11% Siedlungs- und Verkehrsfläche und wird daher von uns ländlicher Raum gesehen. [2]

Unter Betrachtung der aktuellen Entwicklungen im ländlichen Raum erscheint unser Konzept des jederzeit erreichbaren Kühlautomaten noch attraktiver:

„[Knapp] 70% der ländlichen Bevölkerung [kann] die nächste Nahversorgungseinrichtung nicht fußläufig erreichen kann, da diese mindestens einen Kilometer entfernt ist.“ [Zitat, 3]

Weitere Umfeldinformationen:

* insb. Pfälzer Küche sehr bekannt, Saumagen (Brühwurst) oder Leberwurst
* Trend: erste Metzgerei in Trier geht plastikfrei

## Verknüpfung zu Persona und Prototyp

Unsere Persona Herbert Fleischer verkörpert das bisher beschriebene Berufsbild des Metzgers.  
Herbert ist der 53 Jahre alte Besitzer eines Familien-Metzgerei-Betriebes und sieht sich im Beruf häufig mit dem digitalen Wandel konfrontiert. Es ist ihm ein Anliegen, die neuen Technologien geschickt so einzusetzen, dass er gleichzeitig seinen Kundenstamm erweitern und Zeit sowie Personal sparen kann – Vor allem, da es zur heutigen Zeit so schwierig ist, geeignete Fachkräfte zur Unterstützung des Betriebes zu finden. Herbert fällt es allerdings schon zum Teil schwer, Technologien wie durch das IOT verbundene Geräte zu begreifen und denkt bei jeder Veränderung auch an seine ältere Stammkundschaft und deren Interesse und Fähigkeit, sich mit neuen Gadgets auseinanderzusetzen.

Aus diesem Grund soll das bisherige auf Vertrauen basierende Verhältnis zwischen Metzger und Kunde auf jeden Fall aufrecht erhalten werden, damit vor allem Rentner und solche, die kein Problem haben zu den begrenzten Öffnungszeiten in die Metzgerei zu kommen, weiterhin persönlich bedient werden können.   
Nichtsdestotrotz hat Herbert sich gemeinsam mit seiner technikaffineren Tochter, die später auch den Familienbetrieb übernehmen wird, entschlossen, einen Kühlfachautomaten außerhalb der Filiale einzurichten, sodass auch jüngere und meist Vollzeit arbeitende Kundschaft erschlossen werden kann.

Wir haben drei mögliche Strategien für die Verwendung eines Automaten entwickelt:

1. **Automat als Instrument für Nachhaltigkeit**

Es gibt einen reinen Automaten, der zum Ende der Metzgerei-Öffnungszeiten mit denjenigen Produkten gefüllt wird, die tagsüber nicht verkauft wurden. Auf diese Weise können auf Fleischqualität bedachte Arbeitnehmer beispielsweise noch spät abends bei der Metzgerei vorbeifahren, den Automatenbestand prüfen und gegebenenfalls Fleischprodukte daraus erwerben. Das Befüllen des Automaten erfolgt händisch, was Herbert wiederum ein Gefühl der Kontrolle über das Automatengeschäft gibt und die Bedienung des Automaten sollte möglichst auch älteren Kunden leicht fallen, da die Eingabefelder und -tasten, denen eines Fahrkarten- oder Getränkeautomaten ähneln.

1. **Automat für Vorbestellungen**

Soll es den Kunden tagsüber möglich sein, über die Metzgerei-Website eine Bestellung aufzugeben, die sie abends beim Kühlfachautomaten abholen können. Die in der Bestellung gewünschten Produkte werden hierbei in ein separates Fach des Kühlfachautomaten gelegt, welches sich durch den bei abgeschlossener Bestellung vergebenen QR-Code öffnen lässt. Hier liegt der Fokus eher auf der Erschließung eines neuen und technikaffineren Kundenstamms. Das Konzept der verschließbaren Kühlfächer soll an Packstationen der Post erinnern. (nicht implementiert)

1. **Automat in ländlichen Regionen**

Um die Versorgung kleiner Gemeinden in ländlichen Regionen zu gewährleisten, ohne eine neue Filiale zu eröffnen, wurde die dritte Strategie entwickelt:

Nach Akzeptanz und Bestätigung der Automaten durch die Kundschaft kann der Markt der Metzgerei deutlich erweitert werden, indem die Kühlfächer in Gemeinden aufgestellt werden, die keinen eigenen Metzger mehr haben. So kann die Metzgerei H. Fleischer den Nischenmarkt von unterversorgten Städtchen für sich erobern.

## Gesammelte Quellen vom 01.04.2020

[*https://de.wikipedia.org/wiki/Fleischer*](https://de.wikipedia.org/wiki/Fleischer)

[*https://www.worldsoffood.de/specials/was-isst-deutschland/item/3584-treffen-sich-ein-it-spezialist-und-ein-metzger.html*](https://www.worldsoffood.de/specials/was-isst-deutschland/item/3584-treffen-sich-ein-it-spezialist-und-ein-metzger.html)

[*https://xn--jgerundsammler-5hb.de/faq*](https://xn--jgerundsammler-5hb.de/faq)

[*https://www.fleischwirtschaft.de/management/nachrichten/Digitalisierung-Chancen-fuer-Fleischer-38886*](https://www.fleischwirtschaft.de/management/nachrichten/Digitalisierung-Chancen-fuer-Fleischer-38886)

[*https://www.fleischwirtschaft.de/management/nachrichten/Digitalisierung-Fleischerhandwerk-im-Wandel-35256*](https://www.fleischwirtschaft.de/management/nachrichten/Digitalisierung-Fleischerhandwerk-im-Wandel-35256)

[*https://www.fleischerhandwerk.de/dienstleistungen-fuer-mitglieder/digitaler-wandel.html*](https://www.fleischerhandwerk.de/dienstleistungen-fuer-mitglieder/digitaler-wandel.html)

[*https://www.fleischerhandwerk.de/presse/pressemitteilungen/strategiekreis-digitaler-wandel-whatsapp-als-betriebsinterner-kommunikationskanal.html*](https://www.fleischerhandwerk.de/presse/pressemitteilungen/strategiekreis-digitaler-wandel-whatsapp-als-betriebsinterner-kommunikationskanal.html)

[*https://www.zentrag.de/blog/digitaler-wandel-intelligent-und-vernetzt/*](https://www.zentrag.de/blog/digitaler-wandel-intelligent-und-vernetzt/)

[*https://www-genesis.destatis.de/gis/genView?GenMLURL=https://www-genesis.destatis.de/regatlas/AI016-1.xml&CONTEXT=REGATLAS01*](https://www-genesis.destatis.de/gis/genView?GenMLURL=https://www-genesis.destatis.de/regatlas/AI016-1.xml&CONTEXT=REGATLAS01)

[*https://www.topas-khkb.de/index.php/fleischer-in.html*](https://www.topas-khkb.de/index.php/fleischer-in.html)

[*https://planet-beruf.de/fileadmin/assets/PDF/BKB/13804.pdf*](https://planet-beruf.de/fileadmin/assets/PDF/BKB/13804.pdf)

[*https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/menschen-wirtschaft/ein-beruf-wie-jeder-andere-der-metzger-13319520.html*](https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/menschen-wirtschaft/ein-beruf-wie-jeder-andere-der-metzger-13319520.html)

03.11.20, 17 Uhr

[1] <https://www.tischlerinfo.com/uploads/media/Zukunftsletter_12-2015.pdf>

[2] <https://www-genesis.destatis.de/gis/genView?GenMLURL=https://www-genesis.destatis.de/regatlas/AI001.xml&CONTEXT=REGATLAS01>

[3] und Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (2013). Nahversorgung in ländlichen Räumen. BMVBS-Online-Publikation, 02/2013: (<https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/ministerien/bmvbs/bmvbs-online/2013/DL_ON022013.pdf?__blob=publicationFile&v=2>), Zitat aus: <https://www.researchgate.net/profile/Bettina_Williger/publication/325923648_DIGITALISIERUNG_IM_LANDLICHEN_RAUM_STATUS_QUO_CHANCEN_FUR_GEMEINDEN/links/5b2cb8a84585150d23c21236/DIGITALISIERUNG-IM-LAeNDLICHEN-RAUM-STATUS-QUO-CHANCEN-FUeR-GEMEINDEN.pdf>