

Marketing



Regionale Wertschöpfungskette

Fleischermeister Henning Kluss aus Goslar richtet sein Geschäftsmodell auf seine Region sowie die Förderung von Tierwohl und Umwelt aus.

SILKE LIEBIG-BRAUNHOLZ

Henning Kluss ist ein Harzer Original und Fleischermeister in Goslar. Der Unternehmer führt die einzige noch in der Altstadt produzierende Fleischerei und ist in Norddeutschlands höchster Gebirgswelt erfolgreich etabliert. Seine Heimatverbundenheit ist ein Teil des Geschäftsmodells, das er auch auf die Förderung von Tierwohl und Umwelt ausgerichtet hat.

„Als Unternehmer bin ich erst zufrieden, wenn ich etwas an meine Kunden und meine Heimatregion zurückgegeben habe“, umschreibt Henning Kluss seine Überzeugungen. Seine Familie betreibt das Flei-

scherhandwerk seit 1905. Er führt den Betrieb in der niedersächsischen Stadt mit gut 50 000 Einwohnern in vierter Generation und blickt dankbar auf die lange Tradition zurück. Heute pflegt der Fleischermeister exklusive Kooperationen mit Schweine- und Rinderzüchtern, die ihre Tiere im Harzvorland aufziehen. Dadurch hat er seinen Blick für eine regionale Wertschöpfungskette geschärft.

Mitten in der Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises verarbeitet der Metzgermeister etwa 2,5 Tonnen Schweine- und 1,5 Tonnen Rindfleisch pro Jahr. 150 Produkte umfasst sein Sortiment mit klassischen Würstkonserve, reichlich Stückware, Schnittwurst und Schinken. Außerdem verkauft er zahlreiche Convenience-Produkte im Glas, etwa Rinderrouladen oder Gulasch, oder auch Produkte für einen guten Zweck. Für Letzteren fließen vom Verkaufspreis (15 Euro) einer etwa 500 Gramm wiegenden Tannenzapfenmettwurst drei Euro an ein Baum-Projekt im Harz. Überdies bietet Kluss auch Geflügelfleisch an, das er von einem Groß-

händler bezieht, sowie Wild- und Lammfleisch vorwiegend zur Weihnachts- und Osterzeit.

Seine Verkäuferinnen in den beiden Filialen kennen die Wünsche der vielen Stammkunden, die gern an den Bedientheken einkaufen. Es kommen aber auch viele Touristen zum Einkaufen in die Metzgerei. „Goslar ist ein idealer Ausgangspunkt für Harzwanderungen. Wir haben deshalb viele Ferienwohnungen und Urlauber, die etwas länger bleiben“, erläutert Kluss und verweist auf die andauernd hohen Gästezahlen und die Aufenthaltsdauer. 2019 kamen laut Landesamt für Statistik Niedersachsen mehr als 15 Millionen Besucher in die Stadt im Harz und blieben durchschnittlich drei Tage.

Harzer Fleischprodukte mit Bier verfeinert

Viele Touristen nehmen sich am Ende ihrer Ferien die Fleischwaren von Henning Kluss gern mit nach Hause. Der Durchschnittspreis liegt bei 30 Euro. Das sei viele Jahre schon so üblich und Ansporn genug, besondere Erzeugnisse herzu-

stellen, die einen eindeutigen Bezug zur Region haben. Für die Regionalmarke „Typisch Harz“ sind so bereits 13 Produkte nach überlieferten Familienrezepten entstanden, die vom Harzer Tourismusverband mit dem Herkunfts- und Qualitätssiegel ausgezeichnet wurden. „Diese Produkte haben einen touristischen Wert und sind für uns ein interessantes Zusatzgeschäft“, erzählt Henning Kluss. Er sei stolz auf die alten Geschichten aus der niedersächsischen Kleinstadt und halte sie gern wach. So etwa die von einer alten Bergmann-Wurst, die er

heute als Harzer Knackwurst unter dem Label „Typisch Harz“ verkauft. Daneben hat er die Harzer Rotwurst, Harzer Bauernleberwurst, Harzer Schmorwurst und Harzer Stracke für die Regionalmarke kreiert und weitere Produkte entwickelt, die mit dem Treber des in Goslar gebrauten Gosebiers hergestellt werden.

Kooperation mit der heimischen Brauerei

„Mit der Idee, Produkte mit unserem obergärigen, unfiltrierten Harzer Urbier aus der Gose-Brauerei

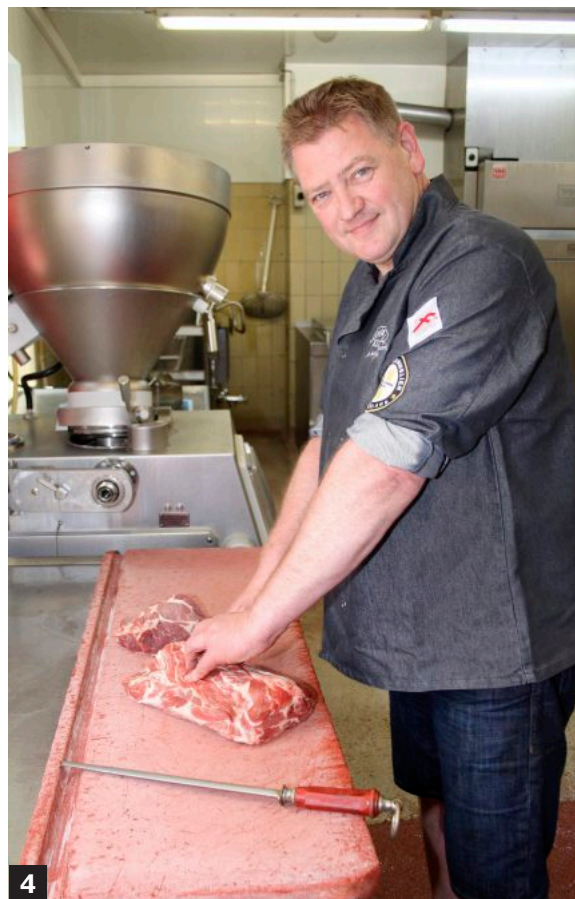
Fleischerei Kluss in Goslar

- **Inhaber:** Henning Kluss
- **Team:** 13 Mitarbeiter, davon zwei in der Produktion, zehn im Verkauf; eine Küchenhilfe
- **Standorte:** Hauptgeschäft in der Kornstraße (Goslarer Altstadt), Filiale im Ortsteil Goslar-Jürgenohl
- **Öffnungszeiten:** Altstadt: Montag, Mittwoch und Samstag: 8 bis 13 Uhr; Dienstag, Donnerstag und

Freitag: 8 bis 18 Uhr; Jürgenohl: Montag und Mittwoch: 8 bis 13 Uhr; Dienstag, Donnerstag und Freitag: 8 bis 13 und 15 bis 18 Uhr; Samstag: 6:30 bis 13 Uhr

■ **Investitionen 2020:** Rund 20 000 Euro in die Modernisierung der Filiale im Ortsteil Goslar-Jürgenohl

www.fleischereikluss.de



1 Auch ins Hauptgeschäft von Henning Kluss kommen viele Touristen, die sich kulinarische Souvenirs aus dem Harz mit nach Hause nehmen. 2 Sabrina Reimann (links) und Christiane Ulbrich bedienen die Kunden im Hauptgeschäft in der Goslarer Altstadt. 3 Zugreifen erwünscht: Fleischwaren aus typisch Harzer Rezeptur produziert Henning Kluss am liebsten genauso unverfälscht wie seine Vorfahren. 4 Ist als Unternehmer erst zufrieden, wenn er etwas an seine Kunden und seine Heimatregion zurückgegeben hat: Fleischermeister Henning Kluss. 5 Eines von mehreren Produkten, die Kluss mit obergärgigem, unfiltrierten Harzer Urrieb aus der Gose-Brauerei verfeinert: die Gosesülze. 6 Gleich am Eingang der Fleischerei Kluß finden Urlaubsgäste und Stammkunden regionaltypische Harzprodukte und Konserven vor.

Fotos: slb (4)/Metzgerei Kluss (2)

”

Produkte mit der Regionalmarke haben einen touristischen Wert und sind für uns ein interessantes Zusatzgeschäft.

herzustellen, fing alles an“, erinnert sich Kluss heute. Mittlerweile gibt es die Goslarer gekochte Biermettwurst, Goslarer Biersalami und Goslarer Bierstracke, sowie das Goseschmalz, die Gosebeißer und die Gosesülze, den Goseschinken und die Gosebratwurst.

„Wir kooperieren mit der Gasthausbrauerei und beliefern die Küche unter anderem mit unserem Schweinefleisch“, berichtet der Fleischermeister. Auf der Speisekarte finden die Gäste auch den Harzer Spezialitätenteller, auf dem unter anderem die Gosebeißer, Gosesülze und das Goseschmalz serviert werden. Die Kooperation mit dem Brauhaus sei Teil von Kluss' Geschäftsstrategie und auch von den Harzer Tourismusstrategen ge-

wünscht. „Die Idee zur Regionalmarke basiert letztlich auf den Überlegungen, Produkte aus der Harzer Region besser zu vermarkten“, sagt Kluss. Mit dem Brauhaus kooperiere er deshalb auch beim jährlichen Altstadtfest, zu dem noch weitere regionale Produkte angeboten werden.

Ursprüngliche und reine Rezepturen

Alle Produkte, die das Logo der Regionalmarke tragen, werden noch immer in traditioneller Handwerksweise hergestellt. Ohnehin produziert Henning Kluss am liebsten genauso unverfälscht wie es seine Vorfahren taten, würzt mit Vor-mischungen und verwendet keine Geschmacksverstärker. „Lediglich an Phosphat kommen wir bei unserer Brühwurst nicht vorbei. Und ab und zu bedarf es einiger Aromen“, erzählt er. Doch seine Sülze produziert er noch immer wie zu Zeiten seiner Ausbildung mit Schwarte, Pfötchen, magerem Schweinekopf, Essig, Gewürzen und Preiselbeergelee, und auch das Schmalz stellt er noch selbst her.

Um die Qualität der Produkte halten und seinen eigenen Anspruch genügen zu können, verfügt Kluss über ganz besondere Kooperationen. So ist seine Zusammenarbeit mit den Schweinezüchtern

vom Hof Greve in der Gemeinde Ambergau in Bockenem und der Rinderzüchterin vom Klostergut Bündheim in Bad Harzburg befruchtend: „Unsere Züchter stellen hohe Ansprüche an ihre Tiere und wir sind bereit, einen höheren Preis dafür zu bezahlen“, beschreibt er die Vorteile beider Partner. Vom Hof Greve bekommt er Schweinefleisch, das nach Neuland-Kriterien zertifiziert ist. „Unsere 500 Duroc-

Regionalmarke „Typisch Harz“

Die Produktmarke „Typisch Harz“ zeichnet qualitativ hochwertige regionale Produkte aus und wird vom Harzer Tourismusverband vergeben. Nach einem Relaunch der Marke, der von den Agrarmarketinggesellschaften der Länder Sachsen-Anhalt und Niedersachsen unterstützt wurde, gab es 2011 die ersten Produkte mit dem Label der neuen Regionalmarke „Typisch Harz“. Seither wächst die „Typisch-Harz-Familie“ stetig. Als regionaler Bezugsraum gilt das Gebiet der Landkreise Goslar, Harz, Mansfeld-Südharz, Nordhausen und der Altlandkreis Osterode am Harz.

Mastschweine leben auf Stroh und haben Zugang zum eingestreuten Auslauf. Wir mischen unser Futter komplett selbst mit Getreide aus eigenem Anbau“, berichtet Lisa Wille über die Haltung der alten Hausschweinerasse auf dem Familienhof. Die Tiere kommen nach der Aufzucht von einem ebenfalls Neuland-zertifizierten Betrieb im Kreis Hildesheim auf den Hof. Geschlachtet werden sie in Vienenburg bei Goslar. Verkauft wird das Fleisch mit der feinen Marmorierung und dem hohen Anteil an intramuskulärem Fett ausschließlich im Hofladen der Greves, exklusiv in der Fleischerei Kluss und bei weiteren Neuland-Vermarkter in Norddeutschland.

Sein Rindfleisch bezieht der Goslarer Fleischer von Ulrike Edel-Heidhues, die auf ihrem Klostergut Bündheim Angus-Rinder züchtet. Sie hält circa 30 Kühe, die in drei überdachten Ställen mit Stroheinstreu und Auslauf leben und jeden Winter abkalben. Anschließend bleiben die Kälber für etwa zehn Monate bei ihren Müttern auf Weiden in der Nähe der Bad Harzburger Galopprennbahn in einem idyllischen Landschaftsschutzgebiet. Seit diesem Jahr ist Edel-Heidhues' Betrieb Neuland-zertifiziert. Die Nachfrage nach ihrem Rindfleisch sei zudem enorm gestiegen. Nicht

nur Henning Kluss nimmt Ochsen und Bullen ab – mittlerweile erhält er ein Tier pro Monat von ihrem Betrieb. Immer häufiger meldeten auch Gastronomiebetriebe ihr Interesse an dem Fleisch an. Außerdem beobachtet die Züchterin, dass viele ältere Touristen gern wieder Bäckchen oder Zunge essen möchten.

Das gestiegene Qualitätsbewusstsein erfüllen

Henning Kluss ist dankbar für das gestiegene Qualitätsbewusstsein seitens der Verbraucher und will dem entgegenkommen. Die Erwartungshaltung der Kunden sei in letzter Zeit gestiegen. Auch deshalb habe er sich im vergangenen Jahr an der Fleischer-Akademie Augsburg zum Fleischsommelier ausbilden lassen. Er präsentiert seinen Kunden nun moderne Schnitttechniken und neue Zuschnitte sowie zeitgemäße Reife- oder Garmethoden. Schweine- und Rindfleisch sind bei ihm die Favoriten in den Theken, und seine Philosophie und Strategie scheint aufzugehen. „Auch wenn wir seit der Umstellung auf regionales Fleisch aus Neuland-zertifizierten Zuchtbetrieben einen Teil unserer Kundschaft verloren haben, sind doch auch zahlreiche neue Gesichter hinzugekommen“, fasst er zufrieden zusammen. | afz 29/2021