

Genuss mit Haltung und gutem Gewissen: HOMANN wertet Metzger Fleischsalate qualitativ auf und stellt auf **Haltungsform 2** der Initiative Tierwohl um

- » Unternehmen will mit Schlüsselprodukt Fleischsalat Zeichen im Markt setzen und Bewusstsein für Qualitätsfleisch stärken
- » Startschuss weiterer Qualitätsmaßnahmen
- » Wissen, was drin ist – enormer Mehrwert für Konsumenten und Handel
- » Lieferanten und Partner für nächsten Schritt gesucht

(Osnabrück, Februar 2023) Wissen, was drin ist, ist uns wichtig! Seit 1876 werden die Feinkostexperten von HOMANN von diesem Credo geleitet und seitdem sind beste Zutaten und höchste Verarbeitungsqualität kompromisslose Grundlage jedes Produkts. Eine besondere Rolle im Produktportfolio des Unternehmens spielen von jeher die Fleischsalate, schließlich war HOMANN 1956 der erste Hersteller in Deutschland, der deren industrielle Produktion aufnahm. Jetzt will HOMANN mit seinen Feinkostsalaten neue Maßstäbe setzen und wechselt bei den Metzger Fleischsalaten auf Schinkenwurst der Haltungsform 2 der Initiative Tierwohl. Manja Behrens, Marketing Managerin von HOMANN: „Unsere Vision ist es, den Bewusstseinswandel in puncto Werthaltigkeit von Fleisch anzustoßen und das Thema ins Gespräch und in die Köpfe zu bringen. Klasse statt Masse, was muss ein Kilo Fleisch kosten, damit alle profitieren – das Tier von guter Haltung, Landwirt, Hersteller und Handel von anständigen Preisen und der Verbraucher von erstklassiger Qualität und gutem Gewissen? Weil Fleischsalat der Kern unserer Marken-DNA ist und eines der beliebtesten und absatzstärksten Feinkostprodukte in Deutschland, haben wir ihn als ‚First Mover‘ gewählt und uns gemeinsam mit unserem neuen Eigentümer Signature Foods aufgemacht, ein Zeichen zu setzen und den Metzger Fleischsalat zum Ausgangspunkt eines Wegs zu machen, auf dem der Wechsel zur Haltungsform 2 nur der Anfang ist.“



[Download Bildmaterial](#)



Der HOMANN Fleischsalat mit Schinkenwurst & Gurke



Der HOMANN Budapestersalat mit Schinkenwurst, Paprika & Gurke



Der HOMANN Fleischsalat mit Schinkenwurst & Gurke, 350 g

mehr >>

Presseinformation

Den Unterschied schmeckt man! Mit dem Wechsel zum Initiative-Tierwohl-Standard und zu zertifizierter Schinkenwurst untermauert der Feinkostspezialist sein Markenversprechen einmal mehr und zeigt auch, welche hohe Bedeutung Fleischsalate für die Unternehmensgeschichte haben. Manja Behrens: „Wir waren die Ersten, die Fleischsalat auf breiter Basis in Deutschland hergestellt haben und damit dem Produkt auch zu der Beliebtheit verholfen haben, die es heute genießt. Schließlich nehmen Fleischsalate heute laut Nielsen absatzmäßig rund 29 %¹ des gesamten Feinkostmarkts ein. Diese besondere Rolle, die wir im Bereich Feinkost schon immer einnehmen, wollen wir nun auch im Bereich Tierwohl übernehmen und künftig Gutes noch besser machen – auch über das Produktsegment Fleischsalat hinaus.“

Verantwortung, Aufklärung und Bewusstseinsbildung

Denn laut aktuellen Studien legen immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland Wert auf die Einhaltung hoher Tierschutzstandards. Im Rahmen einer aktuellen Verbraucherzentralen-Studie mit Forsa (2021) gaben 95 % an, dass ihnen dies bei der Lebensmittelproduktion wichtig ist. Manja Behrens: „Dieser Verantwortung möchten wir als großer Hersteller nicht nur gerecht werden, sondern wir wollen auch mit gutem Beispiel vorangehen und damit ein Signal in Richtung Markt, in Richtung Verbraucher und auch in Richtung Politik senden.“ Dazu gehört es auch, mehr zur Bewusstseinsbildung beizutragen, wo unsere Lebensmittel herkommen und was in ihnen enthalten ist. „Wissen, was drin ist. Wir wollen die Verbraucherinnen und Verbraucher aufklären, damit sie bewusster Lebensmittelleistungen treffen können. Welche Parameter machen Qualitätsfleisch aus? Was ist der Unterschied zwischen Fleischsalatgrundlage, Fleischwurst und Schinkenwurst? Die Antworten auf Fragen dieser Art helfen, fundierter wählen zu können – und sich am Ende für Fleischsalate zu entscheiden, die es wert sind.“

Marktanteile ausbauen

Die neue Ausrichtung ist ein weiterer Schritt auf dem Weg von HOMANN, mit dem Schlüsselprodukt Fleischsalat im Markt weiter anzugreifen. Manja Behrens weiter: „Wir sind derzeit in diesem Produktsegment laut Nielsen beim Absatz die Nummer 2² als Markenhersteller und möchten weitere Marktanteile an uns binden.“ Dazu gehört es auch, das Fleischsalatportfolio bei HOMANN weiter zu optimieren und die Vielfalt der Produkte auf die Kundenbedürfnisse auszurichten.

Zusammenarbeit mit weiteren Lieferanten

Doch um die sukzessive Umstellung des Sortiments auf noch höhere Qualitätsstufen erfolgreich zu gestalten, ist HOMANN auf die Zusammenarbeit mit neuen bzw. zusätzlichen Partnern angewiesen. Manja Behrens: „Hier wollen wir in den Dialog gehen und intensivieren deshalb gerade Kontakte zu Landwirten, Fleischern, Verarbeitern und Lieferanten. Wer sich von unserer Vision angesprochen fühlt, ist herzlich eingeladen, sich bei uns zu melden.“



HOMANN möchte das Bewusstsein für Qualitätsfleisch stärken.



Fleischsalat ist die Marken DNA des Feinkostexperten.

mehr >>

Presseinformation

Der Metzger Fleischsalat mit der zertifizierten Schinkenwurst ist im 200g- und 350-g-Becher im Kühlregal erhältlich. Circa ab KW 12 werden die Verpackungen mit dem entsprechenden Siegel im LEH erhältlich sein. Weitere Informationen zu HOMANN finden Sie auch im Internet, unter www.homann.de.

Quellen

¹: Nielsen, Feinkostsalate, LEH + DM, Marktanteil nach Absatz in Pack, MAT bis 01.01.2023.

²: Nielsen, Feinkostsalate, LEH o. Disc., Absatz in Pack, MAT bis 01.01.2023.



Weitere Informationen

Deutscher Pressestern®

Bierstadter Straße 9 a

65189 Wiesbaden

www.deutscher-pressestern.de

Maïke Veith

E-Mail: m.veith@public-star.de

Tel.: +49 611 39539-18

Svenja Karolczak

E-Mail: s.karolczak@public-star.de

Tel.: +49 611 39539-16



DEUTSCHER PRESSESTERN