

Weltweit erstes Fleisch-Getränk

Fleischermeister Peter Klassen aus Rheinland-Pfalz ist es gelungen, Fleisch dauerhaft flüssig zu belassen und eine ungekühlte Haltbarkeit von einem Jahr zu garantieren.

Text & Fotos: Michi Jo Standl

Verarbeitung, Verkaufstheke, Imbiss, Partyservice: Peter Klassen führt eine typische Fleischerei in Tömmels an der Mosel in Rheinland-Pfalz. Mit heute 30 Mitarbeitern ist der Betrieb unweit der Grenze zu Luxemburg in Familienbesitz. Trotz Jahresumsatz von 2,7 Millionen Euro denkt der Fleischermeister an die Zukunft des Betriebes. Deshalb hat er sich vor drei Jahren dazu entschlossen, etwas ganz Neues zu kreieren, etwas „mit Zukunft“, wie er sagt. Die Idee hatte Klassens Koch und Ernährungsberater Stefan Kimmel: Ein Getränk aus Fleisch sollte es werden, in dem auch Fleisch drin ist. Die Idee dahinter: satt werden ohne Aufwand. „Wenn man sich umsieht, merkt man, dass es alles ‚to go‘ gibt“, so der 55-Jährige, „warum auch nicht Fleisch als vollständige Mahlzeit?“ Wer aber dahinter Fast Food vermutet, der irrt. Denn Klassen ist es gelungen, ein Getränk herzustellen, in dem – anders als bei einer klaren Suppe – das Fleisch noch drin ist – samt Proteinen und allem, was für den Körper wichtig ist – quasi schnelles Slow Food.

MIT INNOVATION ZUKUNFT SICHERN

Neben dem Chef und Koch Kimmel hat auch Klassens Sohn Philipp, ebenfalls Fleischermeister im Betrieb, an der Entwicklung mitgearbeitet. „Vor allem für



Kreatives Trio (v.l.): Fleischermeister Philipp Klassen, Koch Stefan Kimmel und Firmenchef Peter Klassen.

Philipp ist die Weiterentwicklung der Geschäftsfelder gedacht“, sagt Klassen. „Vor dem Hintergrund der Billigstrategien der Discounter möchte ich, dass er die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch zukünftig ordentlich bezahlen kann.“ Der ehemalige Obermeister der Fleischer-Innung Trier-Saarburg sieht dabei ein regionsspezifisches Problem: „Nach der Lehre suchen sich viele Fachkräfte Arbeit im benachbarten Luxemburg, weil dort ein ausgelernter Metzger mehr verdient als in Deutschland.“ Philipp Klassen, bislang für die Wurstgroßküche zuständig, leitet die extra für die Herstellung und den Vertrieb gegründete Klassen Vertriebs GmbH. Mit Blick auf das harmonisierende Vater-Sohn-Gespann ist der Name des Produktes nur logisch: „Pete & Phil“ – Peter und Philipp.

„Die eigentliche Herausforderung war, das flüssige Fleisch flüssig zu halten“, so Klassen. „Wie wir das gemacht haben, ist aber Betriebsgeheimnis“, sagt er mit einem Augenzwinkern. Den restlichen Herstellungsprozess verrät der Fleischer: Nachdem das Fleisch gewolft wurde, um die Fasern schon größtenteils zu zerstören, wird es drei bis vier Stunden mit Gemüse gekocht. Die lange Kochzeit sei notwen-

dig, damit sich das Fleisch endgültig auflöst, erklärt Klassen. Dann werden die Zutaten so lange püriert, bis es flüssig ist. Dieser Prozess dürfe aber erst beginnen, nachdem sich das Fleisch in seiner ganzen Struktur aufgelöst hat. Danach kommen die Gewürze rein. Die Getränke aus zwei Fleischarten und in drei Geschmacksrichtungen sind durch Sterilisierung ein Jahr ungekühlt haltbar. „Butched Beef“ aus Rindfleisch ist naturbelassen, „Beef Bombay“ etwas rassiger gewürzt und das flüssige Hühnerfleisch „Poulet Royal“ trägt eine deutliche Currynote. Darüber hinaus ist das Getränk gluten- und laktosefrei. Das Rindfleisch bezieht Klassen aus der Region Mosel und Luxemburg. Das Hühnerfleisch kommt zwar auch aus Deutschland, wird aber vom Großhandelsunternehmen Seus zugeliefert, weil es in der Region keine Geflügelzüchter gibt.

Zuerst war geplant, die Getränke in Aluminiumflaschen abzufüllen, schließlich sind es nun Glasflaschen. „Dabei stießen wir noch auf eine weitere Herausforderung“, so Klassen, „wir mussten lange nach Kronkorken suchen, die der Wärmebehandlung standhalten.“ Jetzt bezieht er diese von einem Hersteller, der auch Kronkorken für eine Molkerei fertigt, die Milch in Glasflaschen mit Kronkorken im Sortiment hat. Die Verschlüsse für Klassens Fleisch-Getränk werden einfach mitproduziert. Klassen sieht in dem Produkt „kein Spaßgetränk“, wie er sagt. Ihm gehe es um „Wir-





Nicht nur flüssig: Die Fleischerei Klassen beherrscht auch das klassische Handwerk aus dem efef.

kung vor Geschmack“. Die Zielgruppen hat der Fleischer bereits abgesteckt. „Einerseits ist es eine echte Innovation für Sportler“, so der Pfälzer. Vor sportlicher Betätigung sollte man keine komplette Mahlzeit zu sich nehmen. Doch mit dem Fleisch-Getränk sei das möglich, ist sich Klassen sicher. „Den Verdauungsprozess, der normalerweise im Magen erfolgt, haben wir schon



Prost: Peter (vorne) und Philipp Klassen sind auf den revolutionären Fleischdrink mit Recht stolz.

mit der Auflösung der Fleischstruktur erledigt“, sagt der Firmeninhaber. Der Körper ist also mit diesem Schritt nicht mehr belastet. Eine andere Zielgruppe seien Menschen mit gesundheitlichen Beschwerden und Krankheiten, wie Schluck- oder Magenproblemen. Auch ältere Menschen könnten auf das Produkt zurückgreifen. Wobei Klassen in diesem Zusammenhang nicht gerne von „Zielgruppe“ spricht. „Wir haben kein Gesundheitsprodukt auf den Markt gebracht“, sagt er. Menschen mit entsprechenden Problemen hätten nur die Möglichkeit, unsere Innovation zu nutzen. Aber die wichtigste Zielgruppe sieht Klassen in der mobilen Gesellschaft. „Die Leute haben immer weniger Zeit, um etwas Vollwertiges zu sich zu nehmen“, sagt er. Damit meint er zum Beispiel Berufskraftfahrer oder Geschäftsleute, die zwischen zwei Terminen ihren Hunger vollwertig stillen wollen. „Wertiger als ein Tüte Chips im Handschuhfach oder ein Snack aus dem Fast Food-Restaurant“, sagt er.

Erhältlich ist „Pete & Phil's“ ab Anfang Oktober in ausgewählten Supermärkten und Tankstellen – vorerst in den Regionen Trier und Luxemburg. Der Vertrieb soll nach und nach

ausgebaut werden. Auch der Onlinevertrieb startet in zwei Wochen. Sein Produkt in Kühlkisten zu platzieren, schließt Klassen kategorisch aus. „Das Beste, das passieren könnte, ist, dass das Produkt in keinem Discounter zu finden ist“, so Klassen, „denn Fleisch ist zu wertvoll, um als Ramschprodukt zu enden.“

Unsere Partner



SCHRÖDER
THE SAFE SIDE OF FOOD.



CLIMAMAT STAR

CLIMAMAT STAR sind Klimareifeanlagen für unterschiedliche thermische Behandlungsarten. Die Anlagensysteme für das Reifen und Kalträuchern sind ausgestattet mit individuellen Luftführungssystemen und lassen sich kundenspezifisch sowohl an Produkte und Produktionskapazitäten als auch an die örtlichen Gegebenheiten anpassen.



IHR **SPEZIALIST**
FÜR KUNSTDÄRME

KU **da**
KUNSTDÄRM

Kunst Darm Ges. m. b. H
Thalhammerstraße 34, 8501 Lieboch-Austria
Telefon 03136/61184, Telefax 03136/61171
www.kuda.at office@kuda.at

Generalvertriebspartner der Naturin Viscofan GmbH