



Master of Meat

In der Heinsberger „Perfect Meat Academy“ lernen Fleisch-Fans jede Menge über ihr Lieblingsprodukt. Pikantes Detail: Der Betreiber war lange Zeit Vegetarier

VON PIA WILBRAND

Der Abend beginnt mit ein bisschen Fingerfood, dazu wird Champagner gereicht. Danach geht es, typisch akademisch, mit Theorie weiter: Wolfgang Otto erzählt den Besuchern der „Perfect Meat Academy“ vom Unternehmen Otto Gourmet GmbH etwas über Fleischsorten, Qualitätskriterien und Schnitte. Zudem gibt er einen Exkurs zur Geschichte des Betriebs, der mit dem Spezialversand von „Luxusfleisch“ groß geworden ist. Anschließend wird praktisch gearbeitet: Gemeinsam schneidet man Tatar und richtet

den Teller nach den Vorgaben der betreuenden Küchenchefs an. In der ersten kleinen Pause gibt es einen Zwischengang, dazu ein Glas Wein.

„Wir stellen immer wieder fest: Viele unserer Kunden kennen sich mit der Materie gar nicht aus. Das möchten wir mit Kursen ändern, die lehrreich sind und Spaß machen. ‚Edutainment‘ nennt man das ja neudeutsch“, sagt Wolfgang Otto, einer von drei Brüdern, Gründern und Inhabern des Heinsberger Unternehmens. Daher steht als weiteres Fach des Abends die Fleischquerverkostung auf dem Stundenplan. „Hier bestätigen wir das, was

wir in der Theorie gelernt haben.“ Die Teilnehmer schmecken die Nuancen von auf verschiedene Weise gefütterten Tieren oder von nass und trocken gereiftem Fleisch. „Das ist spannend. Die Leute erkennen die Unterschiede und können nun auch erklären, warum es sie gibt“, sagt Otto. Es folgt die große Pause – und ein Hauptgang aus der Küche. Informationen zu Kochtechniken und Garzeiten gibt es zwischendurch auch – so viel Theorie darf und soll bei aller Unterhaltung sein. Wolfgang Otto ist es wichtig, dass seine Kunden am Ende des vierstündigen Kurses so gut geschult sind, dass sie gute Metzger erkennen und die richtigen Fragen zum Fleisch stellen können.



Das Konzept der Brüder Otto kommt an: In diesem Jahr haben sie laut eigenen Schätzungen bereits gut 2.000 Teilnehmer an ihrer „Perfect Meat Academy“ begrüßen dürfen. Das Interesse für Fleisch verbindet alle Schülerinnen und Schüler. Die Herkunft der Teilnehmer sei hingegen sehr uneinheitlich: „Wir wundern uns immer, woher unsere Gäste kommen. Teilweise verbinden sie eine Deutschlandreise mit dem Besuch bei uns und sind 600 Kilometer angereist“, sagt Otto. Das Pro-

jekt der Wirtschaftsfördergesellschaft Heinsberg, die Gegend als „Genussregion“ zu etablieren, unterstützt das Unternehmen daher. „Effelder Spargel, die Senfmühle in Terhorst, ein Sternekoch in Randerath: Der Kreis hat kulinarisch einiges zu bieten, das man vermarkten kann.“ Deshalb hat „Otto Gourmet“ vor einigen Wochen den „Männer Metzger“ eröffnet – „ein Fleischbistro, wie man es auch in Köln, Berlin oder Hamburg finden könnte“, sagt der Geschäftsführer.

1.000 Kunden aus der Gastronomie

2005 von den Brüdern Stephan, Michael und Wolfgang Otto gegründet, ist das Heinsberger Unternehmen stark gewachsen: Heute zählt es rund 30.000 Privat- sowie 1.000 Gastronomiekunden und knapp 70 Mitarbeiter. Im Jahr 2011 hatten die Brüder das erste Fleischkompetenzzentrum Deutschlands eröffnet. Schulungen und Profiseminare finden

hier statt. Doch wie begegnet Wolfgang Otto dem Trend zur vegetarischen oder veganen Ernährung? „Dass Vegetarier oder Veganer auf Fleisch verzichten, liegt bei vielen von ihnen daran, dass sie nicht damit einverstanden sind, wie Fleisch in der Regel produziert wird“, sagt Otto: „Wir können dann ganz selbstbewusst zu unseren Produkten stehen, denn wir können garantieren, dass alle unsere Partner ihre Tiere artgerecht halten.“ Auch zehn Jahre nach der Gründung des Unternehmens stehe die Philosophie „Genuss mit gutem Gewissen“ im Mittelpunkt. „Ich selbst bin nach meinem USA-Aufenthalt 1989 Vegetarier geworden“, sagt Otto: „Das Bewusstsein für Qualität von Fleisch und für artgerechte Haltung war damals noch kein großes Thema. Ich wurde sogar bei der Bundeswehr freigestellt, um mir mein eigenes Essen zu kochen. Die Beweggründe von Veganern und Vegetariern bestätigen uns in dem, was wir tun.“

INFO

Hier geht's um die Wurst: Aachener Start-up-Unternehmen bietet Innovationen für den Grill

Ein neuer Aachener Start-up-Betrieb bietet seit kurzem Neuerungen für den Grillsommer. Hinter „myWürstchen.de“ verbirgt sich der Zusammenschluss eines RWTH-Absolventen und einer über mehrere Generationen hinweg familienbetriebenen Fleischerei. Philipp Wolters und die Fleischerei Lennartz hatten die Idee, einzigartige Würstchenrezepturen auf die Aachener Grills zu bringen, die nachhaltig hergestellt wurden und in der Region verankert sind. An der Online-Theke wählt der Kunde zwischen verschiedenen Würstchen aus, die die Eigenschaften Aachener Stadtviertel geschmacklich widerspiegeln sollen. Aktuell stehen die „Frankenberger“, die „Brander“, die „Burtscheider“ und die „Südviertel“-Wurst zur Auswahl. Lennartz produziere die Würstchen mit Fleisch aus den Ardennen – frisch und ausschließlich auf Online-Bestellung. Der Kunde könne sich die kulinarischen Spezialitäten direkt nach Hause liefern lassen oder sie an der Theke des Familienbetriebs abholen. In Zukunft will „myWürstchen.de“ die Inspiration von Aachener Grillfreunden einbeziehen.



<https://www.myWürstchen.de>
<https://www.facebook.com/mywuerstchen>

**WIR PLANEN
UND BAUEN FÜR SIE
GEWERBEBAUTEN.**

- ◆ kostenlose Beratung
- ◆ wirtschaftliche Konzepte
- ◆ individuelle Planung
- ◆ schlüsselfertige Ausführung

GRONAU
WIR PLANEN. WIR BAUEN.