

# WIRTSCHAFT

Am 27. Oktober startet Projekt „Galeria 2.0“

Hagener Kaufhof wird ein lokales Forum



**Hagen.** Miguel Müllenbach, der Chef der einzig verbliebenen Warenhauskette in Deutschland, zeigt sich entschlossen, die Namen Karstadt und Kaufhof aus Deutschlands Innenstädten verschwinden zu lassen – trotz der enormen Bekanntheit der Traditionsmarken.

Die Vorbereitungen für den Neustart des Unternehmens mit seinen 131 Filialen laufen. Am 27. Oktober soll das Projekt „Galeria 2.0“ öffentlich präsentiert werden.

Beim Markenauftritt strebt der Warenhauskonzern eine Vereinheitlichung an, das Sortiment soll aber stärker als bisher von regionalen Unterschieden geprägt sein. „Wir setzen auf drei verschiedene Filialformate, mit denen wir genau das bieten möchten, was der jeweilige Kunde vor Ort sich wünscht“, betont Müllenbach.

Die drei Typen von Warenhäusern nennt er „Weltstadthaus“, „regionaler Magnet“ und „lokales Forum“. Die Filialen in Bochum, Dortmund, Essen, Mülheim und Düsseldorf-Schadowstraße ordnet das Unternehmen unter „regionaler Magnet“ ein, die Häuser in Gelsenkirchen, Duisburg, Hagen und Kleve als „lokales Forum“. In Düsseldorf soll es mit der Filiale Kö auch ein „Weltstadthaus“ geben.

Überzeugungsarbeit muss Müllenbach mit Blick auf den Marken-Neustart bei den Mitarbeitervertretern leisten. „Die Namen Karstadt und Kaufhof sind überaus bekannt und haben einen guten Ruf“, merkte Orhan Akman, der für die Gewerkschaft Verdi im Galeria-Aufsichtsrat sitzt, kritisch an. Karstadt und Kaufhof dürften einen beträchtlichen Markenwert haben. Müllenbach indes verteidigt seine Entscheidung. „Gesamthaft betrachtet rechnet es sich, mit nur einer Marke weiterzuarbeiten und nicht mit mehreren“, sagt er. *ulf*

## Preise für Heizöl

Menge in Liter	9. September 2021
501 - 950	66,00 - 72,60
951 - 1500	65,00 - 71,60
1501 - 2500	64,00 - 69,60
2501 - 3500	63,50 - 68,60
3501 - 4500	62,90 - 67,60
4501 - 5500	62,00 - 66,60
5501 - 7500	61,50 - 65,60
7501 - 9500	60,70 - 63,60
9501 - 12.500	59,70 - 62,60
12.501 - 15.000	59,30 - 61,70

Preis je 100 Liter in Euro ohne Mehrwertsteuer, Quelle: Getreide- und Produktenbörsen zu Dortmund e.V.

# Fleischige Botschafter einer ganzen Region

Seit 60 Jahren ist die „Dicke Sauerländer“ auf dem Markt. Deutschlands beliebteste Bockwurst in der Konservendose

Von Jens Helmcke

**Finnentrop.** Es ist beinahe müßig, Josef Siepe nach seiner Leibespeise zu befragen. Mehr als ein halbes Jahrhundert hat der Metzgermeister für den Sauerländer Fleisch- und Wurstwarenspezialisten Metten gearbeitet. Siepe war zuletzt Chef der Brühwurstabteilung. Also, klar: Liebe geht beim heute 68-jährigen in erster Linie durch den Magen, wenn eine „Dicke Sauerländer“ im Spiel ist.

**Als flache „Tellerminne“ gestartet**  
60 Jahre ist es her, dass Wilhelm Metten junior, Sohn von Firmengründer Wilhelm Metten, in Finnentrop auf die Idee kam, die Bockwurst in die Dose zu packen, um sie in die Welt schicken oder einfach als „eiserner Reserve“ im Vorratskeller stapeln zu können.

Damals hatte das Gebinde (so nennt man die Dosen oder Eimer) noch die Form „einer flachen Tellerminne“, weiß Tobias Metten, der heute in vierter Generation das enorm gewachsene Unternehmen führt. Es war die vermutlich beste von vielen guten Finnentropen Ideen rund um Fleisch und Wurst. „Die Dicke Sauerländer ist Deutschlands meistverkaufte Bockwurst in der Konservendose“, bemerkt der



**„Die Dicke Sauerländer ist Deutschlands meistverkaufte Bockwurst in der Konservendose.“**

**Tobias Metten,** gemeinsam mit Vater Ulrich Geschäftsführer des 1902 gegründeten Familienunternehmens

Unternehmer durchaus stolz.

Dabei wird die gute Sauerländer gar nicht im ganzen Land verkauft. In Süddeutschland greifen die Menschen eher zur frischen Wurst, im Osten ist die Halberstädter vorweg und im Norden kebbeln sich Böklunder und Meica. In der Bundeshauptstadt taucht das Gebinde mit dem typischen blau-roten Design dagegen schon mal auf.

„Im KaDeWe in der Feinkostabteilung für 6,99 Euro die



Metzgermeister Josef Siepe (68) war mehr als ein halbes Jahrhundert im Unternehmen Metten und als Leiter der Brühwurstabteilung der Dicken Sauerländer immer eng verbunden.

FOTO: RALF RÖTTMANN / FUNKE FOTO SERVICES

Standarddose“, schmunzelt Metten. In der Heimat kostet die gleiche Dose ziemlich genau die Hälfte. Nach Josef Siepes Ansicht mindestens gerechtfertigt, denn in der Wurst steckt immer noch jede Menge Handarbeit, wenn auch nicht mehr ganz so viel wie im Geburtsjahr 1961.

### Eine kleine Wissenschaft

Siepe jedenfalls lässt auf das gute Stück Wurst rein gar nichts kommen – nicht einmal Senf: „Ohne alles schmeckt sie am besten“, versichert das Metten-Urgestein, das immer wieder einmal aushilft, wenn es eng wird beim Sauerländer Wurstwarenhändler und der genau erklären kann, wie die Wurst zum Erfolgsmodell Dicke Sauerländer wird.

Was sich nach Würstchen rein und Deckel drauf anhört, ist in Wahrheit eine kleine Wissenschaft. Auch heute noch. Angefangen bei der richtigen Fleischmischung. Ein Teil Rind, ein größerer Teil Schwein, dazu die richtige Menge Fettschwa-zen. Ab in den Fleischwolf, danach in den Kutter, wo das erste Mal die Wurst, die da noch ein grobes Durcheinander ist, warm gemacht wird. Nicht irgendwie, sondern in einer ganz exakten Temperaturfolge. Nicht fehlen darf die heilige und geheime Gewürzmischung, die in

einem Kutter untergerührt wird. Die helle, breiige Masse, das „Brät“, wird in Naturdärme gestopft, die von geübten Händen abgedunden werden, damit die Wurst in Form kommt und das richtige Gewicht hat. Auf Stangen aufgereiht geht es in den Rauch, wo die Dicke Sauerländer noch einmal etwas abnimmt, dafür aber nach einer Weile eine leckere Farbe annimmt, bevor sie anschließend noch schrumplig wie Neugeborenenhaut in die Dose mit Laake kommt. Deckel drauf, aber noch nicht ab in die Welt. Haltbarmachung im Autoklav, einem Koch- und Druckbehälter, in dem die Dosen auf weit über 100 Grad erhitzt werden, um sie zu konservieren.

Anschließend geben die Experten in Finnentrop dem guten Stück noch ein paar Tage Zeit, um sich zu akklimatisieren, auf den Geschmack zu kommen und sich mit Laake so aufzusaugen (Achtung Wissenschaft: Osmose), dass kein Fältchen mehr bleibt und die Haut schön knackig wird.

Heute gehen jährlich rund 50 Millionen Dicke Sauerländer von Finnentrop aus auf Reisen. Seit 34 Jahren nimmt Dieter Sasse, Fahrer bei Metten, den Liebling im reichhaltigen Sortiment mit auf Reisen und befördert den Botschafter für die Region weit über die Grenzen

des Sauerlands hinaus: An den Supermärkten im Rheinland, Ruhrgebiet, Ostwestfalen oder auch in Süddeutschland ist Sasse stets gern gesehen. Den Satz „da kommt der dicke Sauerländer“, hat er auf den rund vier Millionen Kilometern die er im Dienst von Metten im Laufe der Jahre zurückgelegt hat, schon unzählige Male gehört, aber nie krumm genommen.

### Renaissance der „eisernen Reserve“

In den Anfängen wurde die Dicke Sauerländer in der Dose vor allem für Kantinen und Gastronomien angeboten. Daher waren die Gebinde relativ groß. Die heutige Stan-

### Über Metten

■ Metten wurde 1902 als Landmetzgerei in Finnentrop von Wilhelm Metten gegründet. Rund 120 Jahre später beschäftigt der Wursthersteller 450 eigene Mitarbeiter, darunter 20 Auszubildende.

■ Produziert werden rund einhundert verschiedene Produkte, etwa Salami oder Roastbeef. Jährlich verlassen so rund 16.500 Tonnen Mettenprodukte das Sauerländer Unternehmen – immer auf Fleischbasis. Vegane Produkte sollen nicht ins Programm kommen, weil dafür eine komplette neue Produktion notwendig wäre.



darldose mit 5 Würstchen à 80 Gramm kann erst später, wurde anfangs nur einmal in der Woche hergestellt. Heute ist das Verhältnis umgekehrt: „Fünf Mal in der Woche die Standarddose, einmal die anderen“, sagt Tobias Metten.

Die Idee seines Großvaters, Dosenwürstchen als „eiserner Reserve“, hat im Frühjahr 2020 eine plötzliche Renaissance erlebt. Durch die Corona-Pandemie schnellte die Nachfrage derart in die Höhe, dass man bei Metten kaum nachkam. Im Sommer vergangenen Jahres war es dann ruhiger. Man hatte sich eingedeckt. Mittlerweile hat sich vieles normalisiert. Das bedeutet: Jetzt ist genau die Zeit, in der mit Hochdruck „Dicke Sauerländer“ produziert werden. Würstchen mit Kartoffelsalat sind zu Weihnachten immer noch ein Renner in vielen deutschen Haushalten – und die Dicke Sauerländer ist dann nicht nur bei Josef Siepe ein Muss – ein echtes Festessen, nicht nur zur Weihnachtszeit.



Rund 50 Millionen Dicke Sauerländer Bockwürste verlassen jährlich das Unternehmen in Finnentrop im Sauerland.

FOTO: RALF RÖTTMANN / FWFI