

[Home](#) | [Vogtland](#) | [Reichenbach](#) | 130 Jahre Schaller: Zwei Reichenbacher Familien stehen für eine Fleischer-Tradition

## 130 Jahre Schaller: Zwei Reichenbacher Familien stehen für eine Fleischer-Tradition

Erschienen am 03.02.2022



Gehören zu Reichenbach wie die Peter-Paul-Kirche zur Stadt: Die Schallers von der Fleischerei sowie der Wurstfabrik repräsentieren drei Generationen einer Fleischer-Tradition seit 1892. Dafür stehen in der rechten Bildhälfte für die Wurstfabrik an der Buchenstraße Uta und Walter Schaller, Sohn Ralf mit Ehefrau Kathleen Schaller sowie die Kinder Franz, Anna und Jonas. Auf gemeinsame familiäre Wurzeln geht auch die Fleischerei von der Unteren Dunkelgasse zurück - dafür stehen Renate und Hans Schaller, Sohn Uwe mit Ehefrau Solvie Schaller sowie die Kinder Hanna, Robert und Marlene (nicht im Bild). Foto: Franko Martin

Artikel anhören:



00:00 / 04:53



Für Sie berichtet  
[Gerd Möckel](#)

**Ob in Reichenbach oder ganz Deutschland - Spezialitäten aus der Wurstfabrik und der Unteren Dunkelgasse sind seit fünf Generationen in aller Munde. Damit das so bleibt, wird weiter fleißig investiert.**

Reichenbach. Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit. Wie viel Wahrheit hinter diesem geistreichen Spruch steckt, lässt sich in [Reichenbach](#) am Jubiläum zweier Firmen ablesen, die ihren Ursprung in einer Geschäftsgründung am 6. Februar 1892 haben: Die Reichenbacher Wurstfabrik Walter Schaller und die Fleischerei Uwe Schaller setzen inzwischen auf getrennten Wegen erfolgreich das Werk ihrer gemeinsamen Vorfahren fort - nach der Ladeneröffnung damals an der Unteren Dunkelgasse heute bereits in vierter und fünfter Generation.

"Wie das geht? Ich denke, 130 Jahre Fleischerhandwerk unter dem Namen Schaller würde es ohne Traditionsbewusstsein, Innovationskraft und ständige Investitionen nicht geben. Das gilt für beide Firmen", sagt mit Ralf Schaller der Inhaber der Reichenbacher Wurstfabrik und nennt aktuelle Beispiele. So schließt das 35 Mitarbeiter starke, mit seinen Oma-Hilde-Produkten in vielen Handelsketten vertretene Unternehmen gerade eine Investition von 750.000 Euro in klimaschonende und energiesparende Technik ab. Größter Brocken an der Buchenstraße ist eine in Kooperation mit regionalen Produzenten gefertigte Kälteanlage, die seit Herbst erhebliche Einsparungen an Energie und CO<sub>2</sub>-Ausstoß garantiert. Moderne Filter- und Drucklufttechnik ergänzen diese Investition. Diesen Monat erfolgt zudem die Installation einer Photovoltaikanlage auf dem Fabrikdach.

Ralf Schaller: "Wer sich angesichts des Klimawandels solchen Investitionen verschließt, hat schlechte Karten. Das trifft natürlich auch auf die Entwicklung des Produkt- und Serviceportfolios zu." Eine Einschätzung, die Uwe Schaller teilt. Der Fleischer von der Unteren Dunkelgasse betreibt zudem mit der im Schenkerhaus florierenden Laden- und Imbissstheke sowie dem von Ehefrau Solvie organisierten Partyservice vogtlandweit geschätzte Aushängeschilder. "Stillstand gibt es auch bei uns nicht." Ob bei Investitionen in moderne Wärmerückgewinnungs-Technik, neue Kühl- und Reiferäume im Vorjahr, die gerade laufende Erweiterung der hauseigenen Küche, der Entwicklung neuer Produkte oder Formate wie dem seit fünf Jahren gepflegten Grill-Seminaren. Seit kurzem informiert die Fleischerei über Themenwochen und Co auf einer neuen Webseite, noch in diesem Jahr soll es in einem Online-Shop um die Wurst gehen.

- Anzeige -

WERBUNG



Beide Firmen sind ebenso in Sachen Herkunft und Tierwohl auf der Höhe der Zeit. So bezieht Uwe Schaller sein Fleisch nur von regionalen Erzeugern. "Und unsere Kunden wissen, dass fast alle Produkte aus eigener Herstellung kommen." Auf kurze Wege setzt auch Ralf Schaller: In Kooperation mit regionalen Züchtern und Schlachtbetrieben werden zunehmend mehr Schweine aus der Region verarbeitet. Im Laden in der Fabrik und der dort von Ehefrau Kathleen betriebenen Genusswerkstatt gibt es seit geraumer Zeit nur noch Schweinefleisch regionaler Herkunft - die dort facettenreich ausgebaute Marke "Vogtland trifft Italien" lässt sich bald auch auf der neu gestalteten Terrasse erleben.

Zudem stößt die Wurstfabrik mit neuen Produkten und Partnern in Marktlücken. So beliefert das Unternehmen in Kooperation mit Pflegeheimen deren Küchenservice scheinbar genau mit Wurst. "Die Heime bestellen mit exakten Angaben, wir liefern genau das. Funktioniert prima, es gibt so keine Abfälle mehr", sagt Ralf Schaller. Eine Innovation stellt eine in mehreren Variationen entwickelte und über ein kooperierendes Unternehmen vertriebene Brot-Sülze dar - die von Menschen mit Schluckbeschwerden problemlos verzehrt werden kann. "Dieses Produkt löst sich quasi im Mund auf. Die Nachfrage zieht an, das ist definitiv ein neues Standbein."

Optimismus schöpft das Familienunternehmen zudem aus einer anderen erfreulichen Entwicklung. Ralf Schallers Sohn Franz übernimmt ab August den Außendienst sowie die Kundenakquise. Der Groß- und Außenhandelskaufmann schließt in Kürze seine Fleischerlehre ab und kennt damit das Kaufmännische und das Handwerkliche aus dem Effeff. Eines Tages soll er die Firma übernehmen, in der auch Kathleen Schallers Tochter Anna als gelernte Industriekauffrau in der Verwaltung mitarbeitet.

Ob die fünfte Generation an der Unteren Dunkelgasse einschlägt, bleibt abzuwarten. Marlene und Robert Schaller absolvieren ein Wirtschaftsingenieur-Studium. Tochter Hanna setzt schon ab und zu im Partyservice bei Veranstaltungen Akzente, konzentriert sich jedoch zunächst auf den Unterricht am Goethe-Gymnasium. Uwe Schaller: "Wir machen da keinen Druck. In jedem Fall ist Interesse da. Und eins darf man auch nicht vergessen: Ohne ein gutes Verhältnis zu den Mitarbeitern wäre eine solche außergewöhnliche Familientradition undenkbar, da spreche ich gerne auch für Ralf."

© Copyright Chemnitzer Verlag und Druck GmbH & Co. KG

#### DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN

[Neu auf freiepresse.de](#)

**Wirtschaft** · Seattle

04.02.2022

### **Amazon steigert Gewinn kräftig**

Der Online-Riese Amazon hat seinen Gewinn kräftig erhöht, ächzt aber zugleich unter hohen Kosten und schwächerem Wachstum. Bei Anlegern kommt gut an, dass der Konzern die Preise in den USA anheben will.