

FH FLEISCHER-HANDWERK

Das Fachmagazin für die Produktion und den Verkauf
von handwerklich erzeugten Fleisch- und Wurstwaren

MESSEVORSCHAU

IFFA 2019

FLEISCHER MIT ERFOLG

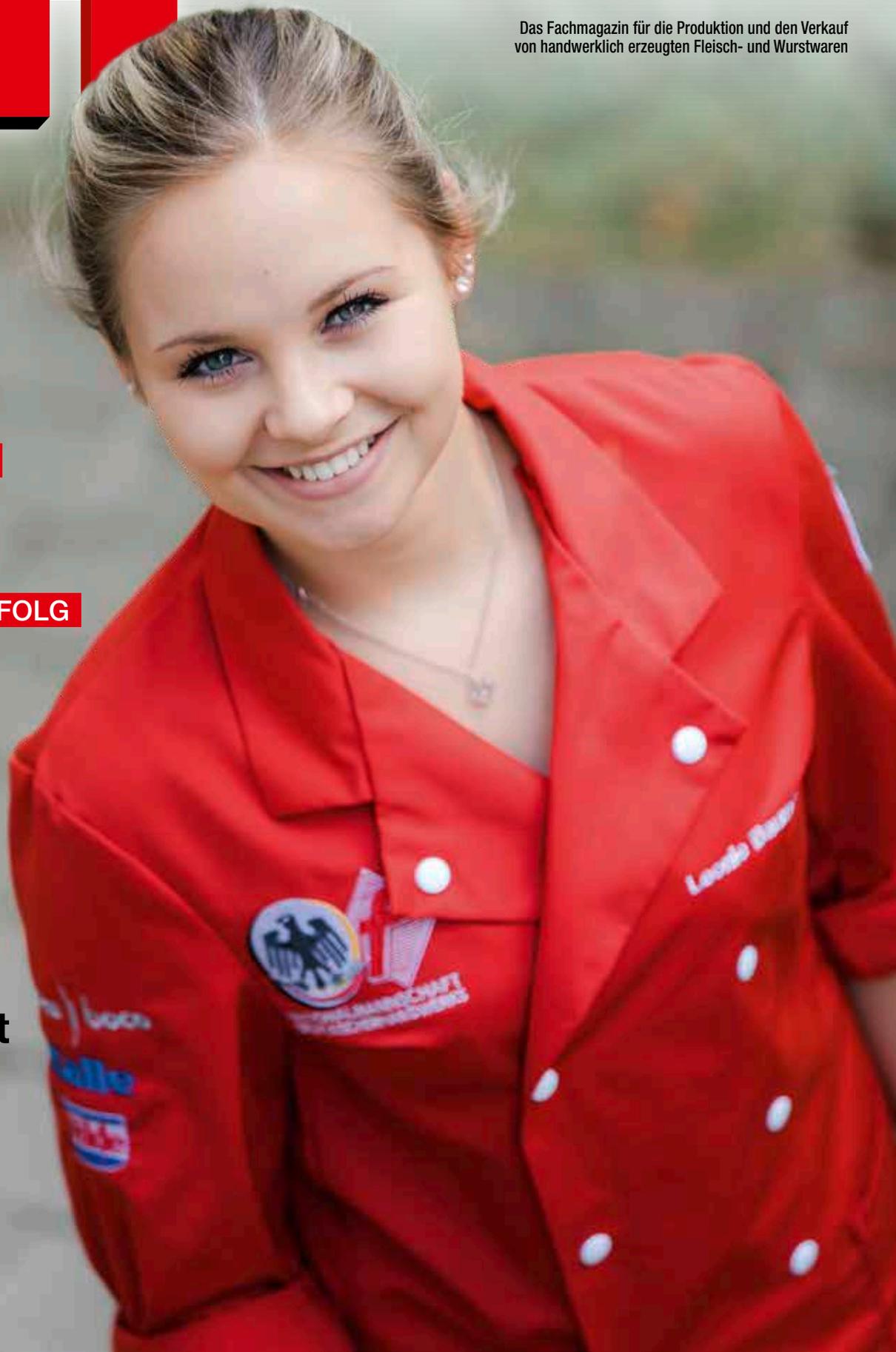
**Metzgerei
Baumeister,
Waibstadt**

GEWÜRZE

Aus aller Welt

LADENBAU

**Mehr Sein
als Schein**



Damit's am Ende passt!

Live-Cooking mit
TV-Koch Alfred Fahr

IFFA

Halle 12, Stand A41



- + BECK Aluminium Clipse
- + BECK Clipper-Maschinen
- + BECK Vor-Ort-Service

www.beck-clips.com

[BECK]
CLIP SYSTEMS

Fast. Clean. Resistant.

DIGITAL IST BESSER



Marco Theimer
Chefredakteur

Mit diesem Titel ihres Debütalbums brachte die Hamburger Band Tocotronic 1995 geradezu visionär die Zukunft auf den Punkt – unsere heutige Gegenwart. Und wer außer einigen Computernerds von damals hätte gedacht, dass das Internet, mobiles Telefonieren oder gar digitale Lexika unser Leben heute so prägen und bestimmen würden, wie es diese Errungenschaften des 21. Jahrhunderts inzwischen rund um die Uhr tun. Die Information ist das höchste Gut, allerorten. Viele, vielleicht auch Sie, liebe Leserinnen und Leser, denken beim Begriff Digitalisierung zuerst an Internetshops oder eine Präsenz in Netzwerken wie Facebook oder Instagram. Doch das Thema an sich ist noch um ein Vielfaches größer und komplexer, als die meisten denken. Es wird unser aller Leben in der Zukunft in einem fast unvorstellbaren Maß bestimmen, von dem wir bisher nur die Spitze des Eisbergs sehen oder erahnen können.

Auch das Handwerk kann und darf sich diesen Entwicklungen nicht verschließen. Sicher, eine gewisse Skepsis ist gut und förderlich, doch letztlich kommen wir daran nicht vorbei. Denn: Die Konkurrenz schläft schließlich auch nicht. Das Thema Digitalisierung bietet auch Chancen aktuelle Herausforderungen in handwerklichen Betrieben zu meistern. Ob als Möglichkeit der Kommunikation mit Kunden, mit Mitarbeitern via Firmen-WhatsApp oder mit potenziellen Nachwuchskräften. Mit bargeldlosen Zahlungssystemen à la Google oder Apple Pay. Oder in der Produktion ehrlicher und geschmackvoller Spezialitäten aus der Hand des Metzgers des Vertrauens. Gerade hier lohnt es sich, darüber nachzudenken, vorhandene Technik noch sinnvoller einzusetzen, um sich Alleinstellungsmerkmale zu schaffen, die ein anderer Mitbewerber vor Ort nicht bietet. Die Vernetzung der Maschinen schreitet immer weiter voran und kann auch

in unseren Betrieben von Vorteil sein. Es gilt also, die Digitalisierung für sich zu nutzen! Digitale Zwillinge, Vision-Systeme oder Digital Services – nur einige Schlagworte aus der industriellen Produktion, die auf der IFFA 2019 in Frankfurt im Fokus stehen und dort mit Leben gefüllt werden. Die größte internationale Fachmesse unserer Branche feiert ihr 70-Jähriges und hat ihre Ursprünge im Fleischerhandwerk – nicht jeder ist sich dieser Tatsache heute bewusst – trotz Wikipedia & Co. Vor einigen Jahren fast verschwunden, hat vor allem die neue Generation des Fleischerhandwerks die Möglichkeit, dort Teil eines großen Ganzen zu sein – und mit der neuen Halle 12 einen idealen Standort, der Tradition und Moderne eindrucksvoll verbindet. Die Fleischerei 4.0 muss kein Luftschloss sein, sie kann Realität werden – vor allem für diejenigen unter uns, die sich mit neuen Ideen und Konzepten verbessern möchten und der Zukunft positiv ins Auge sehen.

Foto: Paul Bojba

Wir freuen uns auf Ihren Besuch auf der IFFA: Halle 9.0, Stand A03; Halle 12.0, Stand D28

Preisverleihung FH Fleischer-Handwerk Awards 2019: So., 5. Mai 2019, 12:30 Uhr, IFFA-Forum, Halle 11.1, Stand C40



Meat & Greet 2019

Fleischerhandwerk und Metzgerei der Zukunft

Fachkonferenz | 23./24. Oktober 2019 in Garching bei München



MANAGEMENT
FORUM
STARNBERG



SPECIAL:

**Fachvorträge & Networking
Exklusive Fachausstellung**
mit Blick hinter die Kulissen

Live: Besichtigen Sie mit uns ein
Fleischerhandwerk von morgen

Aktuelle Themen rund um Neuheiten, Trends und Effizienz im Fleischerhandwerk

- > Design Thinking im Fleischerhandwerk
- > Fleischerhandwerk – wir sind anders
- > Produktinnovationen und neue Geschäftsmodelle
- > Meet Food – die neue Nähe zum Produkt
- > Effizienzsteigerung durch Digitalisierung
- > Personal finden und binden

#meatgreet2019

Weitere Infos & Anmeldung unter:

www.management-forum.de/meatandgreet

Telefon: +49 8151 2719-0 · info@management-forum.de



Partner werden?

Nutzen Sie die Chance und treten Sie in direkten Kontakt mit Entscheidern Ihrer Zielgruppe! partnerwerden@management-forum.de



14

10



11



32 IFFA



22

FLEISCHER MIT ERFOLG

Waibstadt:
An einem Strang
Familie Baumeister22

Uetzing:
Der Metzger-Brauer
Manfred Reichert24

Münchsteinach:
Mit Herz und Verstand
Familie Forster26

Petershausen:
100 Jahre jung
Metzgerei Kleber28

Isenbüttel:
Vom Metzger zum Caterer
Familie Roth30

BRANCHENBLICK

Editorial: Digital ist besser 3

Nationalmannschaft zum Jubiläum. 8

Firmen-Whatsapp 9

Andrea Jais: Eine Künstlerin 10

Workshop: Wissen aus 1. Hand 13

Interview: Michael Albrecht.....21

BLÄTTER ZUR BERUFSKUNDE

Pfeffer – König der Gewürze 11

LADENBAU

Mehr Sein als Schein 14

IFFA MESSEVORSCHAU

Handwerk wird digital.....32

Messe-Neuheiten35

ON TOUR

Simon Claßen: Auf der Walz52

FINANZIERUNG

Leasing to-go.....54

GEWÜRZE

Aus aller Welt57

Abenteuer Geschmack 61

ÜBER DEN TELLERRAND:

Von Gastronomen lernen – Teil 2..... 62

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Nachfolge oder nicht?..... 64

MITARBEITERFÜHRUNG

Serie Engpass Mitarbeiter:
Helden im Handwerk 66

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt 68

Gesucht & gefunden.....70

Impressum.....72

Titelbild: Leonie Baumeister, Gründungsmitglied der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks und Tochter der Metzgerfamilie Baumeister in Waibstadt. Foto: Deutscher Fleischer-Verband

Fotos: Beck Gewürze & Additive, Aichinger, Messe Frankfurt/Jochen Günther, Colourbox.de, Theimer

1. Bayerische Fleischerschule Landshut Jungmeister geehrt

Nur die prüfungsbesten 20 % jedes Meisterjahrgangs erhalten den Meisterpreis der Bayerischen Staatsregierung. 2018 holten sich im Metzgerfach stolze 13 Absolventen/-innen diese Auszeichnung. Darunter waren nicht nur vier Damen, sondern mit Florian Steiner sogar ein Fleischhauer aus Italien und mit Julia Merzinger eine Kollegin aus Österreich. Die Preisträger: Christina Falter (Rinchnach), Johanna Fuchs (Ebern), Julia Merzinger (A-St. Georgen), Lea Salzberger (Aldersbach), Lukas Eisfelder (Pfarrweisach), Emiliano Fiorentino (Landshut), David Mones (Stolberg), Maximilian Reitmeyer (Langenpreising), Jörg Sandritter (Wiesloch), Eduard Schugaylow (Bückerburg), Alexander Sprenk (Mutterstadt), Daniel Steiner (Traunstein) und Florian Steiner (Rasen-Antholz/I). Schulgeschäftsführerin Barbara Zinkl würdigte, dass sich alle „voll reingehängt“ hätten. www.fleischerschule-landshut.de



Fleischerei M. Hauser, Krefeld

Dry Age-Seminar

Das dritte Seminar zum Thema Dry Aged Beef veranstaltete Schrutka-Peukert im Ladengeschäft der Fleischerei Martin Hauser in Krefeld. Über seine Netzwerkpartner bot der Ladenbauer umfassende Wissensvermittlung von der Fleischbeschaffung (Aufzucht, Rasse, etc.) über die Reifung (Zuschnitt, Reifedauer, etc.) und Präsentation bis hin zur Zubereitung (Sous vide oder herkömmlich, Verwendung der Abschnitte, etc.). Einmal mehr wurde der Beratungsbedarf auf den Weg zum perfekten Steak deutlich. Alle Teilnehmer waren sich einig, das exzellente Dry Aged-Beef weit mehr erfordert als Fleischteile in einem Reifemöbel zu platzieren. www.hauser-krefeld.de



K+G Wetter

Zertifiziertes Vertrauen

Aufgrund des hohen Anspruchs an eigene Prozesse, Hightech-Produkte und Services wurde K+G Wetter erneut durch den TÜV Süd nach ISO 9001:2015 zertifiziert. Auf Kutter,

Wölfe und Mischer des Unternehmens vertrauen viele Metzger. Die anspruchsvollen Standards des Qualitätsmanagements sichern laut Geschäftsführer Andreas Wetter den Erfolg: „Mit einem guten Qualitätsmanagement geht auch immer die Weiterentwicklung des eigenen Potenzials einher. Daran arbeiten wir kontinuierlich und sind so, trotz stetiger Veränderungen, sehr zukunftsicher aufgestellt. Natürlich belegt das Zertifikat auch ein Stück weit Vertrauen.“ Das K+G Wetter-Team freut darüber und lotet weiter aus, was noch an Potenzial im Unternehmen steckt. www.kgwetter.de

Fotos: Buchmann, Messe Stuttgart, Schrutka-Peukert, K+G Wetter, Tino Müller

Messe Stuttgart

25. SÜFFA im November 2020

Die „silberne“ Jubiläumsveranstaltung der SÜFFA findet nicht wie üblich im Oktober, sondern von Sa., 7. bis Mo., 9. Nov. 2020 auf dem Stuttgarter Messegelände statt. Geöffnet ist die Messe am Samstag von 13 bis 20 Uhr, Sonntag und Montag von 10 bis 18 Uhr. Auf über 20.000 m² präsentieren Aussteller Innovationen, Trends und Ideen. Im Oktober 1984 erblickte die Messe, noch mit einem F, auf dem Messegelände am Killesberg das Licht der Welt. „Mit der Terminverschiebung bieten wir Ausstellern, Besuchern und Partnern ein gewohnt optimales Zeitfenster im eng getakteten Messeherbst“, begründet Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung Messe Stuttgart, den Wechsel. www.sueffa.de



Schon bei Facebook geklickt?



auch auf
FACEBOOK!



MARKENSCHAUFENSTER



Wursthüllenshop.de

STILLER
VERSCHLISS-TECHNIK
Telefon 07268 392

DR 800 **NEU**

- Dosenverschleißmaschinen (halb- und vollautomatisch)
- für Handwerk und Mittelstand

WWW.STILLERGBMH.DE



Metzgerei Seidenspinner, Hettstadt Goldener Meisterbrief

Der Würzburger Obermeister Horst Schömig überreichte seinem Innungsmittglied Gerhard Seidenspinner den Goldenen Meisterbrief. Gerhard Seidenspinner wurde im Januar 1959 geboren und absolvierte seine Ausbildung von 1974 bis 1977 bei der Metzgerei Martin in Würzburg. 1979 legte er die Meisterprüfung ab und erhielt in Frankfurt am Main seinen Meisterbrief. 1986 übernahm er mit seiner Ehefrau Rita den elterlichen Betrieb in Hettstadt, den das Paar bis heute führt.

KRAMER
IDEEN BEWEGEN

www.kramer-freiburg.com



Wörmann

Anhänger satt

Von 9 bis 17 Uhr können Interessierte am 11./12. Mai 2019 bei der Frühjahrsmesse des Anhängerspezialisten Wörmann in Hebertshausen das umfangreiche Programm kennenlernen und alle Modelle live erleben. Dazu zählen auch Leer-, Imbiss- und Metzgereiverkaufs-, Kühl- und Tiefkühlanhänger. Alle Modelle sind auf dem Freigelände oder im beheizten 2.500 m² großen XXL-Showroom ausgestellt. Auf dem 50.000 m² großen Betriebsgelände stehen ca. 2.000 neue sowie 500 gebrauchte Modelle zur Direktmitnahme bereit. Zudem gibt es Schnäppchen-Messeangebote, maßgeschneiderte Finanzierungs- und Leasingmöglichkeiten sowie eine Komplettauswahl an Zubehör- und Ersatzteilen. Für das leibliche Wohl ist außerdem gesorgt. www.woermann.eu

Der Ludwig, Schlüchtern Mark & Bein als Gin

Mit „Mark & Bein“ präsentiert Fleischermeister und Fleisch-Sommelier Dirk Ludwig seinen eigenen Gin, der in Kooperation mit der Schlitzer Destille entstand. 13 ausgewählte Zutaten (Botanicals) sind darin enthalten und sorgen für eine milde und pfeffrige Note. Die Liste der Kräuter und Gewürze reicht von Wacholderbeeren, Zitronenschale, Goldmelisse und Angelikawurzel über Basilikum, Lorbeeren und Preiselbeeren bis zu würzigen Bestandteilen wie Muskatblüten, Majoran und Thymian. Der Gin ist zum Kochen und Grillen sowie für Mix-Drinks geeignet. Dazu gibt es einen passenden Cocktail: „Butchers Mule“: 4,5 cl Mark & Bein-Gin, 2,5 cl Limettensaft, 3 cl Zuckersirup, frische Minze und Eis mixen und mit 3 cl Ginger Beer auffüllen. Den Gin gibt es im Online-Shop und in der Metzgerei. www.der-ludwig.de



Aerodynamik-Kühlfahrzeuge direkt vom Hersteller



Anhänger · Transporter · LKW · Supersparsam · Nutzlaststark
Beratung & Service bundesweit

06226 9263-0 www.kress.eu

Oskutex Stimmungsmacher...

...für die Wursttheken: das sind die Wursthüllen mit den lachenden Gesichtern von Oskutex. Zaubern Sie ihren Kunden ein Lächeln ins Gesicht und bestel-



len Sie jetzt bei ihrem Fleischereibedarfshändler. Den aktuellen Flyer mit diesen Motiven für Rohwurst oder Koch- und Brühwurst gibt es unter: www.oskutex.com.

Außerdem gibt es ab sofort online Rest- und Sonderposten zu speziellen Konditionen – Verkauf nur solange Vorrat reicht. Diese Hüllen für Rohwurst oder Koch- und Brühwurst sind zu bestellen unter: www.wursthuellen-shop.de



DLG

Zwei Schulen top

Beim ersten Schulklassenwettbewerb für das Fleischerhandwerk der DLG gibt es zwei Sieger: Die Emil-Fischer-Schule (Berlin) und die Gertrud-Luckner-Gewerbeschule (Freiburg) belegten aufgrund gleichwertiger Leistungen Platz 1. Beide Fachklassen überzeugten die Expertenjury mit selbst produzierten Fleischerzeugnissen. Erstmals konnten Fach-, Berufs- und gewerbliche Schulen ihre Produkte dazu anmelden.



32 Klassen von 22 Schulen aus dem deutschsprachigen Raum

nahmen mit 58 Proben teil. Alle Klassen mit mindestens zwei prämierten Erzeugnissen gingen in die Wertung um das Preisgeld von 1.500 Euro ein, das sich die beiden Siegerklassen teilten. Für jedes Produkt einer Klasse erstellten DLG-Sachverständige ein Gutachten, das den Schülern Hinweise zur Qualitätsoptimierung gab. www.dlg.org

Fleischerverband Bayern Metzgerhandwerk Bayern als Marke



Aktiv stellen sich die bayerischen

Metzger gegen den Imageverlust ihres Berufsstandes und starteten eine breit angelegte Kampagne. Diese soll erreichen, dass Metzgereien wieder als Fachgeschäfte wahrgenommen werden, die Qualität, beste Verarbeitung und fachlich fundierte Beratung an der Theke bieten. Im ersten Schritt wurde ein starkes Logo für den Außenauftritt der Marke „Metzgerhandwerk Bayern“ geschaffen: traditionell, modern und einprägsam. Die Idee: ein stilisiertes „M“ für „Metzger“ in Form von drei Messerklingen. Die Wahl der Schriftart für das „m“, angelehnt an eine Frakturschrift, unterstützt den Gedanken des traditionellen Metzgerhandwerks. Darüber stimmen die Obermeister am Verbandstag Ende Mai in Passau final ab. Eine Social Media-Kampagne dazu startete im April auf Facebook und Instagram. Unter dem Dach des Deutschen Fleischer-Verbands wird hervorgehoben, was bayerische Metzger so einzigartig macht. www.fleischerhandwerk-bayern.de

1. Bayerische Fleischerschule Landshut Titeltraum verwirklicht

37 Teilnehmer aus drei Ländern waren im 438. Meisterkurs der Fleischerschule Landshut erfolgreich.

Elf Wochen Fachpraxis und -theorie, Betriebswirtschaft, Recht und Arbeitspädagogik in über 500 Unterrichtsstunden waren dem vorausgegangen. Die Fleischprofis aus Deutschland, Österreich und Italien bewältigten sie als verschworene Gemeinschaft. „Sie haben gekämpft, gelitten und durchgehalten“, gratulierte Schulgeschäftsführerin Barbara Zinkl. Die Aussicht auf den Meisterbrief lockte Handwerker aus Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Österreich und Südtirol an die Isar. Die weiteste Anreise hatte mit 630 km Sascha Kollmeier (33, Isernhagen), den kürzesten mit 13 km Josef Hanglberger (22, Oberwattenbach). Letzterer hat nach der Realschule eine landwirtschaftliche Ausbildung und dann eine Lehre in der Metzgerei Johannes Huber in Geisenhausen absolviert. Diese schloss er mit 1,0 als Innungsbester ab und belegte Platz 3 im Kammerwettbewerb der Handwerksjugend. Heute ist der gebürtige Landshuter in der Metzgerei Andreas Sauer in Gerzen tätig. Für die Zukunft könnte er sich die Etablierung einer Direktvermarktungs-Metzgerei am elterlichen Bio-Hof vorstellen. Laut Konrad Treitinger, Vizepräsident der HWK Niederbayern-Oberpfalz,



stehe der Metzger als einer der ältesten Berufe überhaupt für Qualität und köstliche Genüsse. Der Festredner bescheinigte den Absolventen beste Berufschancen – sie seien weltweit begehrte Fachkräfte: „Tragen Sie dazu bei, ihren Beruf populär zu machen“. Mit einem großen Kursfoto, Blumen und Präsenten dankten die drei Kurssprecher dem BFS-Team. Quirin Jancker (21, Kastl) mahnte, die größere Verantwortung als Meister auch in der Gesellschaft an. Auch Sebastian Beilhack (20, Ruhpolding) dankte den Dozenten. Anton Hartl (29, Markt Schwaben) wünschte allen Kollegen ein glückliches Händchen in der Selbstständigkeit. www.fleischerschule-landshut.de

Foto: 1. BFS

Ein guter Grund zu feiern!



Kikok
Das ganz besondere
Maishähnchen

25
Kikok – Das Original
1994 2019

WWW.KIKOK.DE



ACTION ZUM JUBILÄUM

100 Jahre gibt es den Betrieb der Familie Delle in Gundelfingen. Gasthof, Metzgerei, Steakhouse, eigene Zucht von Angusrindern – viele Events drehen sich 2019 um dieses Jubiläum.



Einer davon war der Besuch von vier Mitgliedern der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks am 24. März. Von deren Aktivitäten hatte die Chefin Jutta Delle schon öfter gehört. Also machte sie Nägel mit Köpfen und fragte beim Deutschen Fleischer-Verband einfach mal an – und es klappte. „Wir wollten unseren Mitarbeitern und Kunden etwas Besonderes bieten“, betont sie. Zur Familie zählen ihr Mann Bernhard sowie die Söhne Martin und Michael. Martin ist wie sein Vater Metzgermeister, sein Bruder ist Koch und kümmert sich auch um die Rinderzucht. Bei allem Tun geht es der Familie um ein regionales, geschlossenes System. Den Anfang bildet die einige hundert Tiere umfassende Rinderzucht (Aberdeen Angus), den Schluss die Spezialitäten auf dem Teller – egal ob im Gasthaus, Catering, Schulverpflegung oder in einem der drei mobilen Verkaufswägen. Ein Teil des hochwertigen Fleisches wird auch im Ausland geschätzt. Diese Philosophie lernten auch die vier Fleischermeister und Mitglieder der Nationalmannschaft Christian Schneider, Markus Kretschmann, Johannes Bächtle und Manuel Kirchhoff kennen, als sie vor ihrem Zerlege-Einsatz nach dem Mittagsgeschäft die Möglichkeit hatten, die Tiere auf den Weiden in Augenschein zu nehmen.

Danach ging's ran ans (Metzger)Handwerk. Es galt, ein komplettes Rinderhinterviertel nach moderner Schnittführung fach- und sachgerecht zu zerlegen. Christian Schneider und Johannes Bächtle moderierten und beantworteten Fragen der Zuschauer, Markus Kretschmann zerlegte grob, Manuel Kirchhoff fein. Die Gäste rund um den Zerlegetisch in einem der Gasträume waren wissbegierig: Warum Rouladen aus der Oberschale? Was sind runde und flache Nuss und was kann man daraus zubereiten? Wo genau sitzt das Flanksteak? Nicht nur darauf gab es die richtigen Antworten. „Fleischveredelung braucht Können, Zeit und Erfahrung“, betonte Christian Schneider. Das wurde hier so manchem schnell klar. Zudem gaben die Vier Tipps zu verschiedenen Grillarten, zur Zubereitung an sich sowie zu den Themen Dry-aging und Nose-to-tail. Wie facettenreich das Handwerk ist, wurde deutlich. Und Bernhard Delle ergänzte: „Wir haben durch unsere Tätigkeiten in der Landwirtschaft und im Metzgerhandwerk das nötige Know-how die Premium-Fleischqualität sicherzustellen und aufrechtzuerhalten“. Davon können sich Gäste und Kunden bis zum Jahresende noch an vielen weiteren Aktionen, z. B. beim Jubiläumswochenende am 18./19. Mai 2019, überzeugen. *mth*

www.sonne-gundelfingen.de
www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de



FIRMEN-WHATSAPP

Fleischermeister Dirk Ludwig hatte die Idee, weiterentwickelt hat sie DFV-Betriebsberater Axel J. Nolden: Ein System, das den täglichen Informationsaustausch in der Fleischerei vereinfacht, beschleunigt und nachvollziehbarer gestaltet.

Das System kann mit kleinem Budget eingerichtet werden und kommt weitgehend ohne aufwändige Mitarbeiterschulungen aus, da es auf einer Anwendung basiert, die fast jeder täglich nutzt: WhatsApp. Die Grundidee Dirk Ludwigs: Warum nicht WhatsApp-Funktionen zur Kommunikation mit Mitarbeitern in unterschiedlichen Bereichen des Betriebes nutzen? Warum nicht eine WhatsApp-Nachricht an ein „Abteilungs-Handy“ schicken statt einem Zettel? Der Empfänger kann direkt reagieren und zurückschreiben. Auch Dokumente, Fotos oder kleine Videos lassen sich so versenden. Dirk Ludwig hinterlegte etwa alle Bedienungsanleitungen seiner Maschinen in betriebseigenen WhatsApp-Gruppen die allen Nutzern des Systems zur Verfügung stehen. Im Rahmen des Strategiekreises Digitaler Wandel beim Deutschen Fleischer-Verband stellten beide ihr System vor. Dirk Ludwig schilderte typische Anwendungsfälle, z. B. ein defektes Gerät oder Zutaten, die nachbestellt

werden müssten. Beides würde von zuständigen Mitarbeitern fotografiert und in die entsprechende, innerbetriebliche WhatsApp-Gruppe eingestellt. Der Empfänger meldet in der Gruppe: „Gerät repariert“ oder „Ist nachbestellt“. Auch die Reinigung von Räumen oder Maschinen oder Kühlraumtemperaturen kann man so dokumentieren. Ein Bild eines sauberen Raumes – mit Datum, Uhrzeit und Name der verantwortlichen Person – sagt mehr aus,

als ein Häkchen auf einem Zettel. Gleiches gelte für ein Foto des Kühlraumthermometers. Zuständige Behörden solle man aber einbinden, bevor man sein System derart umstellt. In der einfachsten Variante genügen zwei mobile Geräte: ein „Mitarbeiter-Handy“, das die jeweilige verantwortliche Person nutzt, und ein „Chef-Handy“, auf dem die Nachrichten zusammenlaufen. Dazu kommen ein Büro-Computer mit der stationären WhatsApp-Variante sowie das betriebsinterne WLAN. Hinsichtlich des Datenschutzes empfiehlt Axel Nolden betriebseigene Handys zu kaufen, auf denen nur das Firmen-WhatsApp läuft. Dafür ist eine Telefonkarte nötig, übrige Geräte müssen mit dem Firmen-WLAN verbunden sein. Von der Nutzung privater Handys dafür rät er ab. Die Teilnehmer des Strategiekreises bewerteten das Kommunikationssystem sehr gut. Einziger Haken sei die mangelnde Möglichkeit, WhatsApp-Daten automatisiert mit anderen Programmen im Betrieb auszutauschen. Für Fragen steht Axel Nolden auf der IFFA zur Verfügung.

Halle 12.0, Stand D19

Vorteile auf einen Blick

- Kaum Schulungsaufwand nötig
- Maximale Flexibilität
- Informationsfluss schnell und chronologisch datiert
- Immer eine Lesebestätigung
- Hohe Transparenz: Informationen sind für alle jederzeit zugänglich
- Geringer Archivierungsaufwand; erfordert fast kein Papier



mv münchener verein

Zukunft. In besten Händen.



FLEISCHERVERBAND BAYERN

FleischerRente Bayern – mit dem Münchener Verein

Die **FleischerRente Bayern** in Form der **Direktversicherung** bietet eine **Menge Vorteile für Arbeitgeber und für Arbeitnehmer**.

- Ersparnis bei Steuer und Sozialversicherungsbeiträgen
- Garantiert 50 Euro pro Monat vom Chef
- Lebenslange garantierte Rente oder Kapitalauszahlung
- Bindung der Mitarbeiter an den Betrieb
- Zertifizierter Beratungsprozess

Weitere Infos: Tel. 089/5152-2579 oder unter www.fleischerrente-bayern.de

mv münchener verein
partner der versorgungswerke
Handwerk. In besten Händen.

EINE KÜNSTLERIN

Mit Leidenschaft und Präzision kreiert und verziert Andrea Jais immer wieder kunstvolle Platten und schnitzt Kunstwerke aus Gemüse.

Die 28-Jährige stammt aus der Feinkost-Metzgerei Weber in Lenggries, heiratete 2018 Andreas Jais (Landmetzgerei Jais, Luttenwang) und bringt sich auch dort seit Langem mit Freude und Ehrgeiz ein. Schon während ihrer Ausbildung – seit 2005 im elterlichen Betrieb, nahm sie erfolgreich an Plattenlege-Wettbewerben auf der SÜFFA und der IFFA teil. Für ihre Gourmetsülztörtchen und den Gourmet-rindfleischsalat erhielt sie bei der Qualitätsprüfung in Augsburg auch jeweils Gold. Nach ihrer Ausbildung 2008 war sie erste Kammer-, Landes- und Bundessiegerin, mit Auszeichnung mehrerer Staatspreise. 2010 absolvierte sie an der Fleischerschule Augsburg erfolgreich Weiterbildungen zur Verkaufsleiterin sowie Ernährungsberaterin im Fleischerhandwerk. Heute trainiert sie den Fleischernachwuchs für Prüfungen und Wettbewerbe und ist Mitglied im Prüfungsausschuss in München und Bad Tölz. Nebenbei gibt sie Plattenlege- und Dekorationskurse. Mit ihrem Mann veranstaltet sie Steakkurse, führte einen Fleischautomaten ein und ist ab und an mit dem eigenen Foodtruck unterwegs. Nachfolgend berichtet sie über ihre Leidenschaft am kreativen Gemüseschnitzen:

Woher kommt die Leidenschaft, Kreatives aus Gemüse zu schnitzen und Dekoratives für Platten zu kreieren?

Die Leidenschaft und die Liebe zum Arbeiten und zu unserem tollen Beruf wurden mir vererbt. Es machte mir immer große Freude, mit meinen liebsten Menschen um mich herum zu arbeiten und hochwertige Lebensmittel und Produkte weiterzuentwickeln, zu kreieren und zu veredeln. Die Ergebnisse des Plattenlegens und Gemüseschnitzens sind für mich eine Augenweide. Durch meine Wettbewerbe konnte ich das voll ausleben. Ich übte sehr oft und bis in die Nacht hinein, aber es hat sich gelohnt. Auch im Alltag werden meine Werke super angenommen und bewundert. Die Kunden freuen sich sehr, wenn Platten immer wieder anders dekoriert sind und in der Theke



das eine oder andere Kunstwerk liegt. Man benötigt dafür eine ruhige Hand und etwas Geduld. Ich sage immer: Wenn man etwas wirklich erreichen will, schafft man es auch. Darum: üben, üben, üben.



Mit was arbeitest Du? Gibt es Gemüse, das sich besonders gut dafür eignet?

Man benötigt eigentlich nur ein kleines, spitzes und scharfes Küchenmesser – das genügt mit der richtigen Schnitztechnik, die ich mir anhand von Büchern auch selbst beigebracht habe. Zeitlich kommt es immer auf die Größe und die Schwierigkeit an, aber ein bis zwei Stunden muss man pro Kunstwerk schon einplanen. Ich liebe es Melonen oder Papayas zu schnitzen. Super geeignet sind auch Kürbis, Radi (Rettich) oder Zucchini. Es gibt viele kreative Werke, z. B. zwei fliegende Schwäne, die ich für eine Hochzeitsfeier gemacht habe, oder alle Rosen- und Blumenmuster. Es lohnt sich immer wieder. Die größte Wertschätzung ist es, wenn man von einem zufriedenen Kunden ein Lob und ein Lächeln zurück bekommt. **Vielen Dank für das Gespräch!** mth

Fotos: A. Jais, Theimer, Landmetzgerei Jais



KÖNIG DER GEWÜRZE

Pfeffer ist ein unverzichtbarer Bestandteil in der Küche. Er verleiht jedem Gericht das gewisse Etwas. Dabei ist Pfeffer nicht gleich Pfeffer.

Der Pfefferstrauch gehört zur Familie der Pfeffergewächse. Die Früchte werden wegen des darin enthaltenen Alkaloids Piperin als scharf schmeckendes Gewürz verwendet. Sie besitzen verschiedene Aromen, von feurig scharf bis erdig oder nussig, manche sogar kräftige Zitrusnoten. Ursprünglich beheimatet in Indien, wird Pfeffer aber auch in Vietnam, Brasilien, Indonesien, China und Malaysia angebaut. Je nach Erntezeitpunkt und weiterer Behandlung haben die Pfefferkörner verschiedene Färbungen.

GRÜNER PFEFFER

Unreifer Pfeffer ist zunächst grün und färbt sich rot, wenn er gereift ist. Grüner Pfeffer wird also unreif geerntet, danach sofort in Salzlake eingelegt und dann durch Hitze oder Kälte getrocknet. Dadurch wird die Fermentation unterbunden, weshalb die Früchte ihre grüne Färbung behalten. Der fruchtig-würzige Geschmack mit Kräuternote passt gut zu kräftigen Gerichten.



SCHWARZER PFEFFER

Ebenfalls unreif geerntet wird der schwarze Pfeffer. Seine Farbe bekommt er durch das anschließende Fermentieren und Trocknen. Hierbei werden die ganzen Beeren ungeschält getrocknet, weshalb schwarze Pfefferkörner besonders scharf sind. Insbesondere in dunklen Saucen und mit rotem Fleisch sind sie ein Muss.



TELLICHERRY-PFEFFER

Die Delikatesse unter den schwarzen Pfeffersorten wird erst geerntet, kurz bevor die Beeren anfangen zu reifen und rot zu werden. Deshalb sind die Pfefferkörner deutlich größer. Er eignet sich als Einzelgewürz und gibt Gerichten wie Filet, Steaks, Tartar und Geflügelleber einen besonderen Geschmack. Das Aroma ist wärmer und intensiver.



ROTER PFEFFER

Echter roter Pfeffer wird oft mit den rosa Beeren, die sich in vielen Pfeffermischungen befinden, verwechselt. Er besteht aus vollständig gereiften, ungeschälten Pfefferfrüchten, die direkt nach der Reife in Salzlake eingelegt werden, um dem Fermentationsprozess zu unterbrechen und die schöne Farbe zu behalten. Sein Geschmack besitzt eine süßliche, fruchtige Note mit einer intensiven Schärfe. Dieser Pfeffer passt gut zu kurzgebratenem oder gegrilltem Fleisch oder Fisch.



WEISSER PFEFFER



In hellen Speisen ist weißer Pfeffer die scharfe, aber unsichtbare Geheimwaffe der Köche. Auch hierfür werden die Früchte reif geerntet. Danach weichen sie rund zwei Wochen in Wasser ein bis sich die Hülle samt Fruchtfleisch entfernen lässt. Der weiße Kern wird getrocknet, bis er seine charakteristische cremeweiße Farbe annimmt. Das Aroma unterscheidet sich stark von schwarzem Pfeffer. Während das in der dunklen Variante enthaltene ätherische Öl für zusätzliche würzig-holzige Nuancen sorgt, dominiert beim weißen Pfefferkorn die Schärfe.

LANGER PFEFFER

Geschmacklich besticht diese Sorte durch ein fein scharfes, leicht nussiges aber dennoch süßes Aroma. Sie passt perfekt zu Fleischgerichten, Pasta, Suppen und kräftigen Saucen. Eine besonders edle Variante des Würzens ist die Zugabe einer ganzen Schote bei der Zubereitung einer Suppe oder lang köchelnden Sauce. Dabei ist wichtig, dass die Pfefferschote ausreichend lange „Mitziehen“ kann, um ihr volles Aroma zu entfalten und abzugeben.





WISSENS-CHECK TRAINING: Know-how: Pfeffer

ANDALIMAN PFEFFER

Die gesamte Rispe des Andaliman Pfeffers liefert eine Komplexität verschiedener Zitrusaromen – optimal zu Fisch, hellem Fleisch oder in Currys. Auf der Zunge stellt sich eine bitzelnde Schärfe ein. Verschiedene Speisen und Getränke werden dadurch noch intensiver wahrgenommen.



TASMANISCHER BERGPFEFFER

Der Tasmanische Bergpfeffer ist eigentlich kein Pfeffer, da er aus einer anderen Pflanzengattung stammt. Trotzdem ist er ein Renner unter den Pfefferraritäten. Er ist schärfer als gewöhnlicher Pfeffer und passt gut zu rotem Fleisch, in dunkle Saucen oder zu frischem Thunfisch. *kal*



Welcher Pfeffer besitzt ein zitronig-frisches Aroma?



Wovon sind die verschiedenen Färbungen abhängig?



Durch welchen Vorgang erhält der schwarze Pfeffer seine Farbe?



Für welche Sorte entfernt man Hülle samt Fruchtfleisch?



Worin müssen die Körner eingelegt werden, um den Fermentationsprozess zu unterbrechen?



In welchem Zustand wird grüner Pfeffer geerntet?



WISSEN AUS ERSTER HAND

Regelmäßig lädt Kurt Stümpfig, Leiter Catering Services der Linde AG in Pullach, Kollegen zum Erfahrungsaustausch ein – Mitte März zum Thema „À la carte geht auch in der Großküche“.

Nicht nur oberbayerische Kollegen aus Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung nahmen sich dafür an einem Nachmittag Zeit, sondern auch rund zehn Meister und Angestellte aus dem Fleischerhandwerk. Der Einladung zur „Expertenküche“ der Kooperationspartner Rational (Anton Hommer, Michael Lorenz), Vakona/Mado (Benjamin Höning) und der Komet Maschinenfabrik (Peter Fischer) folgten 40 Teilnehmer, z. B. Helmut Bayerlein (Audi), Peter Busam (MTU), Alexander Brandl (Vinzenz Murr) oder die Metzgermeister Werner Braun, Michael Moser, Peter Heimann und Johann Raab. Kurt Stümpfig begrüßte seine Gäste, gab einen Einblick ins Unternehmen sowie das Schaffen seines Teams und betonte: „Viele Prozesse bei uns sind anders als woanders üblich. Frische ist das A und O. Gute Prozesse machen souverän. Der Mix an Zubereitungsmöglichkeiten, die wir hier nutzen, erleichtert unsere Arbeit enorm. All das senkt den Stressfaktor, steigert die Qualität der Speisen und auch die Motivation meiner Mitarbeiter.“

Gesagt, getan. Die erste Station der Gruppe war die Kalte Küche, in der ein Koch am Kühltumbler ESK 220 (Vakona) dessen Vorteile demonstrierte. Genutzt wird dieser etwa zum gleichmäßigen Würzen von Fleisch unter Vakuum oder zum Vorbereiten und Mischen von Semmelknödelteig. „Fleisch ist so durch und durch gewürzt. Wir sparen gut 1/3 der Gewürze, verbrauchen mind. 1/3 weniger Bratfett und die Garzeit ist mindestens auch um diese Größe kürzer“, erklärte der Gastgeber. Die Teilnehmer stellten Fragen, tauschten sich intensiv aus und folgten Kurt Stümpfig – weiterhin wissbegierig – in die Free-Flow-Zone. An zwei Frontcooking-Stationen warteten weitere Köche auf ihren Einsatz. Einer hatte etwa über drei Stunden Rinderlenden bei 60°C Niedertemperaturgaren in einem von mehreren SelfCookingCentern (Rational) vorbereitet. Zahlreiche Fleischsorten

standen zum Probieren bereit. An der zweiten Grillstation gab es Scheibchen von der Kalbshaxe, auf den Punkt gegartes Lachsfilet, saftige Hendl, mit Feta gefüllte Lammpflanzerl sowie ein vegetarisches Gyros auf der Basis von Süßlupinen. Beilagen waren Einkorn und Bulgur. Die Zeit verging wie im Flug und so kamen die Teilnehmer zu Peter Fischer, der Vorteile des

Sous-vide-Garens an entsprechenden Geräten erläuterte. Auch die frischen Ochsenbackerl mit Kartoffelpüree hielten dem Urteil der Experten stand. Zum Schluss gewährte der Gastgeber weitere Einblicke, z. B. in die Spülküche und den VIP- und Konferenz-Bereich. Auch der Alpenblick auf der Dachterrasse wird so manchem im Gedächtnis bleiben. *mth*





Baden-
Württemberg:
Metzgerei G. Winterhalter, Elzach

MEHR SEIN ALS SCHEIN

Im Zuge der New-Butcher-Szene wurden und werden viele Fleischereien zu Erlebnismetzgereien. Naturhölzer, energiesparende Theken und die Inszenierung von Dry age-Spezialitäten kennzeichnen die Gestaltung und das Ambiente.

Funktionelle Technik, individuelles Design und eine emotionale Ansprache sind idealerweise beim Ladenbau so miteinander in Einklang zu bringen, dass sich die Kunden wohlfühlen und gerne wiederkommen. Da die Welt immer digitaler wird und die Flut an Informationen undurchsichtiger, schätzen viele Kunden ein ehrliches, persönliches und informatives Beratungsgespräch im Fleischerfachgeschäft. Stimmt dann noch das Ambiente des Geschäftes, kommen Kunden gerne wieder. Für den Ladenbau gilt: Technik und Design sind gleichwertig wich-

tige Elemente. Steht ein Um- oder Neubau an, sind die Ansprüche an den Ladenbauer oft hoch. Schon bei der Planung müssen die Arbeitsabläufe des jeweiligen Betriebes berücksichtigt sowie optimale Kühlbedingungen für unterschiedliche Waren bedacht werden. „Ein besonders wichtiger Aspekt ist die richtige Kombination aus Kälte und optimaler Luftfeuchtigkeit. Im Idealfall sind die Fleisch- und Wurstwaren bei einer Temperatur von unter 4°C in der Verkaufstheke gelagert. Zugleich wird mit einer möglichst hohen Luftfeuchtigkeit das Austrocknen der Ware verhindert“,

heißt es aus dem Hause *bfm Ladenbau*. Auch Hans-Jürgen Päsler, Geschäftsführer von *Schrotka-Peukert*, hat einige Tipps aus seiner langjährigen Erfahrung parat: „Zu allererst kommt es auf eine exzellente Kühlung mit ausreichend verfügbarer Stapelhöhe der Ware, gleichmäßige Temperaturverteilung über die gesamte Theke und hohe Warenschonung durch minimale Austrocknung und möglichst geringe Kühlluftbewegung an. Zum zweiten gilt es, die Verkaufsförderung zu unterstützen, z. B. durch schwarze Oberflächen in der Theke, eine variable Verstellmöglichkeit des Thekenbodens und

Fotos: Kramer

das Vermeiden von Sichtbehinderungen durch Stützen oder Ähnliches. Durch LED-Beleuchtung, möglichst von der Decke, vermeiden wir Warenverfärbungen.“ Nachfolgend werden einige ausgewählte Projekte vorgestellt:

FLISCHEREI MICHEL, WURZBACH

Klein, aber sehr fein: Eine der wohl kleinsten Fleischereien, die *Aichinger* jemals eingerichtet hat, ist der Betrieb von Thomas Michel in Thüringen. Nach über 28 Jahren war die Zeit 2018 gekommen, die rund 15 m² große Ladenfläche zu modernisieren. Während das äußere Erscheinungsbild des Betriebes erhalten blieb, veränderte sich der Innenraum komplett. Umgesetzt wurde das Projekt vom Team Wendelstein. Auch einen kleinen, gemütlichen Sitzbereich gibt es nun. Roster, Thüringer Leber- und Blutwurst werden in der mehrfach prämierten Sirius-3-Kühltheke mit integriertem MaxxPoint verkaufsfördernd präsentiert.

METZGEREI & FEINES GLASAUER, MÜNNERSTADT

„Da kommt man rein und denkt: Jawoll!“, beschreibt Heike Glasauer das Gefühl beim Betreten ihrer neu gestalteten Metzgerei. Nach dem letzten großen Umbau 1987 waren die Räume sichtlich in die Jahre gekommen. Da mit Sohn Dominik Glasauer nun der nächste Metzgermeister nach Vater Stephan und Großvater Ernst bereitsteht, war es an der Zeit, eine Perspektive für die Zukunft zu schaffen. Mit *bfm Ladenbau* als Partner machten sich



Bayern: Metzgerei & Feinkost Glasauer, Münnerstadt

Stephan und Heike Glasauer auf, ihr traditionelles Handwerk mit moderner und energieeffizienter Technik zu bereichern und ihr Unternehmen mit zeitgemäßer, ansprechender Optik neu aufzustellen. „Das ist überhaupt kein Vergleich mehr zu vorher“, schwärmt Heike Glasauer. Begeisterung, die sich auch in steigenden Kunden- und Verkaufszahlen niederschlägt. „Wir hätten nie damit gerechnet, dass wir durch den Umbau so einen großen Ansturm mit dauerhaft mehr Umsatz erleben.“ Dabei hat sich am Warenangebot nichts verändert. „Im Grunde verkaufen wir genau das gleiche, können unsere Produkte jetzt aber

ganz anders präsentieren.“ Angefangen bei der großen, topmodernen Kühltheke, die über Eck führt und in der Fleisch- und Wurstwaren perfekt gekühlt werden und optimal zur Geltung kommen. Mit den zwei großen Dry-Age-Schränken, die in die Wand gegenüber der Kühltheke eingelassen wurden, werden die edlen Leckerbissen inszeniert. Die Heißecke, die von zwei GN-Behälter auf vier erweitert wurde, bietet nun ausreichend Platz für das täglich wechselnde Mittagsangebot, das in der Metzgerei verzehrt werden kann. Eine Vergrößerung der Gesamtfläche schuf Platz für eine kleine Sitzecke im Fensterbe-

Foto: bfm Ladenbau



MEHR AICHINGER, MEHR ERFOLG.

„Weil Ladenbau eine Frage des Vertrauens ist. AICHINGER bietet Läden für alle, die wirklich Gutes zu schätzen wissen“.

Inhaber Stefan Wenisch
„Genusszentrale Wenisch“ in Straubing





www.aichinger.de | AichingerFanpage | aichingerofficial



Erfolg lässt sich einrichten.



reich, die mit rustikal-gemütlichen Hockern in Felloptik zum Verweilen einlädt. Dort informiert während des Mittagsgeschäftes ein großer Bildschirm über aktuelle Angebote. Zwei Stehtische bieten außerdem den Kunden Platz, die auf einen schnellen Snack kommen. Die warme Holzoptik der Thekenverkleidung findet sich an den Wänden wieder, die zurückgenommene, helle Decke sorgt für eine lichte Luftigkeit.

METZGEREI GUSTAV WINTERHALTER, ELZACH

„Bestes aus unserer Heimat“, dafür steht diese Metzgerei. Auf enge Zusammenarbeit mit lokalen Landwirten, Schlachtung im eigenen Hause und Zulieferung regionaler Zutaten legen die Winterhalters besonderen Wert – und das seit 1856. In einem solch traditionsreichen Unternehmen muss natürlich auch jede einzelne Filiale Heimatcharakter ausstrahlen. Doch angestaubt war gestern. Tradition bewahren und zugleich mit den Trends der Zeit gehen: Das war die Herausforderung beim Umbau des Stammhauses in Elzach im Herbst 2018.

Auf die komplette Entkernung folgte eine sechswöchige Umbauphase, in der *Kramer Ladenbau* dem Stammhaus ein neues Gesicht verlieh. Das Motto des neuen Ladenkonzeptes, „Tradition trifft Moderne“, verleiht dem Geschäft ein ganz besonderes Flair. Das Innendesign hält eine spannende Balance zwischen urigen Fichtenholzschildeln und dunklen Fliesen im Pariser Metro-Style. So wird dem Schwarzwald ein urbaner Hauch verliehen.

Auch technisch halten sich Klassiker wie die Heißtheke für den Mittagstisch und gegenwärtige Trends wie ein SB-Bereich mit Snacks die Waage. Natürlich wurde hier der neueste Stand der Technik verbaut. „Mein persönliches Highlight ist das Dry-Age-Fenster, durch das man unsere Rinder Rücken reifen sehen kann“, sagt Sebastian Winterhalter, der jüngste der drei Geschäftsführer, stolz. Die durchdachte Konzeptentwicklung zeigt sich in der Strukturierung des Ladens: So wurde die Fleischtheke nach hinten in den Raum verlegt, direkt an die Tür zur Vorbereitung. Das verkürzt die Wege und erhöht die Effizienz. Die Stammkunden nehmen den renovierten Laden positiv auf und empfinden ihn als größer. „Aber auch neue, junge Kunden werden durch das moderne Design angelockt“, meint Sebastian Winterhalter.



Niedersachsen: Fleischerjungs, Buxtehude



Thüringen: Fleischerie Michel, Wurzbach

Fotos: Schrutka-Peukert, Aichinger

FLISCHERJUNGS, BUXTEHUDE

Unter neuem Namen und mit urbanem Konzept eröffnete Daniel Röhrs seine erste Filiale in der Innenstadt von Buxtehude. Dass er eines Tages Metzgermeister werden und in die Fußstapfen seines Vaters Friedrich treten würde, war ihm seit früher Kindheit klar. Schon als kleiner Junge lief er durch die Jorker Fleischerei und half bei Schlachtung, Produktion und im Geschäft mit. Daran hat sich im Prinzip nichts geändert, mit dem kleinen Unterschied, dass er nun mit Ende 20 den Betrieb leitet. Neben einer stets gefüllten Theke und warmem Mittagstisch sorgt seine Leidenschaft auch immer wieder für neue Kreationen und Abwechslung im Sortiment. Zum Beispiel die Jorker pikante Salami oder eine reine Rinderbratwurst, deren Rezept er nicht einmal seinem Vater verraten hat. „In meiner Brust schlagen zwei Herzen, ich lebe das traditionelle Handwerk und möchte unsere regionalen Rezepte erhalten und entwickeln. Auf der anderen Seite haben sich der Zeitgeist und das Bewusstsein der Menschen verändert, sodass wir auch einiges in Frage stellen und weiterdenken müssen.

Genau das möchte ich mit den Fleischerjungs hier tun“, erklärt er. Rund ein Jahr suchte er nach einem geeigneten Objekt. Parallel wurde am Businessplan gefeilt und die richtigen Partner mit an Bord geholt. „Für *Schrutka-Peukert* habe ich mich entschieden, weil es für mich das frischeste Konzept war und Göran Galland meine Ideen verstanden hat und planerisch umsetzen konnte“, berichtet er.

Betritt man den neuen Laden erwartet einen keine klassische Fleischerei. Direkt im Schaufenster steht eine große, gläserne Reifekammer mit beleuchteten Salzsteinen, in der Schweine- und Rinderrücken von großen Fleischerhaken hängen. Transparent vermerkte er auf kleinen Holzschildern die Eckdaten zu den einzelnen Tieren. Der restliche Laden ist ein Zusammenspiel aus modernen Materialien und klassischer Interpretation einer urigen Landmetzgerei. Eichenholz als durchgehendes Element für die Möbel und im Deckenfeld, ohne Verzierungen und Schnörkel. Der Bereich um die Heiße Theke ist in dunklem Klinker und schwarzen Fliesen ausgeführt. Neben selbstgemachten Fleischgerichten von Le-

berkäse bis Lasagne gibt es auch vegetarische Kleinigkeiten. Im Kontrast dazu steht der Frischfleischbereich mit weißen Tonfliesen. Suggestiv wird das Bild einer Metzgerei aus den 50er- und 60er-Jahren. Rein dekorativ gibt es identitätsstiftende Elemente und Werkzeuge aus dieser Zeit. Die Kühltheke ist schlicht schwarz gehalten und tritt, im Kontrast mit dem Fleisch, als Bühne für die Waren, in den Hintergrund. Abgerundet wird das Ladenkonzept durch gut gelaunte Mitarbeiter. Die fachliche Beratung von den Cuts bis zur geeigneten Zubereitung ist hier ebenso selbstverständlich wie die Wurst auf die Hand für Kinder.

Nützliche Links

www.aichinger.de
www.bfm-ladenbau.de
www.fleischerei-michel.de
www.fleischerjungs.de
www.kramer-freiburg.com
www.metzgerei-glasauer.de
www.metzgerei-winterhalter.de
www.schrutka-peukert.de

ANZEIGE

Heiße Theke – Bis zu 33% mehr Vielfalt

Sie bieten Ihren Kunden im Ladengeschäft warme Mahlzeiten in großer Vielfalt? Ein Fall für die Heiße Thekenmodule von *Schrutka-Peukert*.

Diese passen sich in ihrer Funktion dem jeweiligen Snackangebot an.

Im Design und aus dem Blickwinkel der Kunden präsentiert sich die Heiße Theke wie die KUBUS-Thekenfamilie. Das erleichtert den Kunden den Gesamtüberblick und verhindert durch ein homogenes Ladenkonzept optische Brüche in der Thekenfront. Ein weiteres Highlight: da 1/1 plus 1/3 GN-Behälter eingesetzt werden können, ist die Präsentationsfläche 33 % größer!

Um immer das optimale Klima für die ausgestellten und verzehrfertigen Leckereien zu haben, können Wasserbad, Unterhitze und/oder Oberhitze nach Bedarf geschaltet werden. Die Technik richtet sich nach dem Speisenangebot und nicht umgekehrt. Mit Blick auf lebensmittelrechtliche Vorgaben wird eine Kerntemperatur von 68°C für die ausgestellte Ware durch drei verschiedene Hitzequellen garantiert.

Perfekte Technik ist die Pflicht, die Einbettung solcher Funktionsmöbel in ansprechendem Design die Kür. In enger Abstimmung mit dem Auftraggeber werden so vom Design-Spezialisten einzigartige Ladenkonzepte entwickelt. Durch das Zusammenspiel von Material, Farbe und Form im Laden wird der Charakter des jeweiligen Fleischereibetriebes perfekt an den Kunden kommuniziert.

IFFA: 4.-9. Mai 2019; Halle 12.0, Stand C11





Kreative Lösungen für die Präsentation in der Bedientheke – darauf ist PricoPlex spezialisiert. Auch viele Fleischereien schätzen das Know-how des Unternehmens aus dem Dachauer Land.

DAS AUGE KAUFT MIT

Die Theke ist das Aushängeschild des Fleischerfachgeschäftes und der Blickfang für die Kunden. Mehr denn je wollen diese heute zum Kauf verführt werden. Daher ist eine attraktive und professionelle Präsentation von Fleisch, Wurstwaren oder Feinkost auch so wichtig. Nicht nur, weil es der Lebensmitteleinzelhandel eben auch kann. „Einer unserer großen Pluspunkte ist die Kundenberatung vor Ort. Dabei entstehen Ideen und Lösungen, wie die jeweiligen Waren am besten zu präsentieren sind. Das ist unser Anspruch in Sachen Service“, sagt Geschäfts-

führer Christian Priebe, der das Unternehmen seit über 20 Jahren erfolgreich führt. Und so ist es kein Wunder, dass die Lösungen aus dem bruchfesten Kunststoff PricoPlex Symbio auch von vielen Ladenbauern empfohlen werden. „Es ist eine Alternative zu Melamin. Schalen daraus können in scharfkantige Splitter zerbrechen, wenn sie auf harten Boden fallen – und wir fertigen auch Kleinstmengen“, betont er zwei weitere wichtige Aspekte. Mit den ersten bruchfesten Schalen rund um das Jahr 2000 gilt das Unternehmen als Pionier in diesem Bereich. Heute werden Auslageplatten,

Thekenshalen und Thekenstufen hergestellt, von denen im leistungsfähigen Lager am Standort in Bergkirchen ständig über 8.000 Teile versandbereit sind. Werkzeuge für neue Entwicklungen werden eigens produziert. Die moderne Fertigung, CAD-gesteuerte Fräsmaschinen und Laserbearbeitungscenter sorgen für kurze Lieferzeiten und hohe Maßgenauigkeit. Auch Sonderanfertigungen für individuelle Ansprüche sind umsetzbar.

PLATZ OPTIMAL NUTZEN

Die Materialien der Auslageplatten, Ladenbecken und Abdeckhauben haben sich teilweise schon seit

50 Jahren im Einsatz im Alltag in Fleischerfachgeschäften bewährt. Mit PricoPlex Symbio gelang es, die für Kunden wichtigen Eigenschaften der Farbtreue und Resistenz gegen Marinaden mit der Eigenschaft der Bruchfestigkeit zu verbinden. Im Angebot befinden sich rund 100 Größen in gängigen Farben. „Wir gewährleisten eine 100%-Nutzung der zur Verfügung stehenden Thekenfläche – unabhängig von der Tiefe der Kühltheke. Unser Zubehörangebot wie Thekentreppe, Treppendisplays, Snackwellen, Deckel oder Siebeinsätze sind optimal darauf abgestimmt“, sagt der Geschäftsführer. Zudem gibt es vielfältige Lösungen für Thekenwinkel. Die Ecklösungen sind flexibel kombinierbar mit den anderen Systemkomponenten. Ein Fokus liegt auch auf Systemlösungen, etwa Belegungssystemen für Thekentiefen für 80, 84 und 88 cm. Dem Serviceaspekt wird in Form der Erstellung eines Thekenbelegungsplanes sowie der Nachkaufgarantie Rechnung getragen. „Wir sind ständig bemüht, durch die Auswahl unserer verwendeten Materialien, die Erweiterung unseres Plattensortiments, dem Angebot an Farben und nicht zuletzt Neuentwicklungen, z. B. dem Thekenrundell, dafür zu sorgen, dass die Produkte eine verlässliche Basis für den täglichen Erfolg und ein gewünschtes Umsatzplus bei den Kunden sind“, sagt Christian Priebe. www.pricoplex.com IFFA: Halle 12.0, Stand C12





EFFIZIENT SPITZENERGEBNISSE ERREICHEN.

ERHÖHEN SIE MIT DER LL335
DIE SCHLAGZAHL DURCH VOLL-
AUTOMATISIERTES GRUPPIEREN.

IFFA

BESUCHEN
SIE UNS
IN FRANKFURT
4.-9. MAI 2019
HALLE 8,
STAND B06

Die Entscheidung in der Herstellung von Würstchen fällt oft erst auf den letzten Metern. Gerade hier verschafft Ihnen die innovative Lösung LL335 von VEMAG entscheidende Vorteile. Die Maschine ordnet die Produkte präzise – wobei die Gruppengröße frei wählbar ist. Anschließend legt sie die Würstchen exakt in das vorgegebene Schalenformat. Eine genaue Taktung und perfekte Synchronisation machen das möglich. Das Ergebnis: eine vollautomatisierte nahezu mannlose und hygienisch einwandfreie Produktion. Setzen Sie auf diese Erfolgsfaktoren, wenn Sie die Ziellinie in Bestzeit erreichen wollen.





**BOXENSTOPP?
DAS VEMAG-
TEAM IST FÜR
SIE DA**

GEMEINSAM STARTEN, ZUSAMMEN INS ZIEL.

Sie möchten eine neue Idee an den Start bringen? Ihr Produkt optimieren? Prozesse effizienter gestalten? Eine neue Idee zur Marktreife bringen? Unser Vemag Kundencenter mit EU-Lebensmittelzulassung ist genau für solche Dinge da. Starten Sie mit uns gemeinsam durch! Wir beraten und begleiten Sie entlang der Strecke Richtung Ziel.

Mit Ihnen gemeinsam holen wir einen klaren Vorsprung für Sie raus.
Die Fankurve ist schon in Sicht!

Was können wir für Sie tun?

Rufen Sie uns an: +49 (0) 4231 777-0

Oder schicken Sie uns eine E-Mail: e-mail@vemag.de

Weitere Informationen: www.vemag.de



PROTEIN STATT FETT

Seit Februar gibt es in der Metzgerei Albrecht in Mittelfranken mit den selbst entwickelten cowbar-Produkten auch Wurst für Sportler – eine Idee, die Junior Michael Albrecht umgesetzt hat.



Etwa drei Monate dauerte es von der ersten Idee bis zum ersten Verkauf. „Die größte Herausforderung war es, einen Mittelweg zwischen einem leckeren Wurst-Snack und hochwertiger Sportlernahrung zu finden – ein sehr schmaler Grat“, berichtet Michael Albrecht. In den kommenden Monaten soll eine ganze Produktpalette entstehen. Näheres dazu im Interview:



Wie kam es dazu solche Wurstprodukte zu entwickeln?

Die Idee kam einem Freund und mir bei einer unserer gemeinsamen Krafttraining-Einheiten. Mein Gedanke: Warum mach ich mir als gelernter Metzgermeister nicht meinen eigenen Snack für meine Freizeit, in der ich gerne Boulder, Mountainbike fahre usw. Ich habe mich seitdem ich viel Sport mache gefragt, warum es keine Alternativen zu normalen Wurstwaren gibt, außer Beef Jerky (sehr salzig, nicht mein Geschmack). So reifte die Idee weiter einen Wurst-Snack herzustellen, der wenig Fett, aber viel Eiweiß aufweist, dass für den Muskelaufbau unentbehrlich ist. Ich erzählte meinem Vater davon. Da auch er sehr viel Sport macht, war er gleich mit im Boot. Nebenbei bastelte ich mit meiner Freundin an einem Logo für unsere neuen Produkte. Auch probierten wir lange aus, ob wir die Wurst in Naturdärme füllen, sie ganz ohne Darm herstellen usw. Wir schickten den Salami-Snack immer wieder in ein Lebensmittellabor, um den genauen Eiweiß-, Fett- und Salzgehalt zu ermitteln. Als wir bei 46 g Eiweiß bei 6 g Fett auf 100 g gelangt waren, fingen wir an die Salami an sportbegeisterte Freunde und Be-

kannte zu verkaufen. Rasch kamen 300 Packungen zusammen. Bei den Verpackungen hatten wir Hilfe von einem guten Freund, der beruflich Produktverpackungen entwirft. Außer in den Filialen werden wir die Produkte auch bald im eigenen Online-Shop verkaufen.



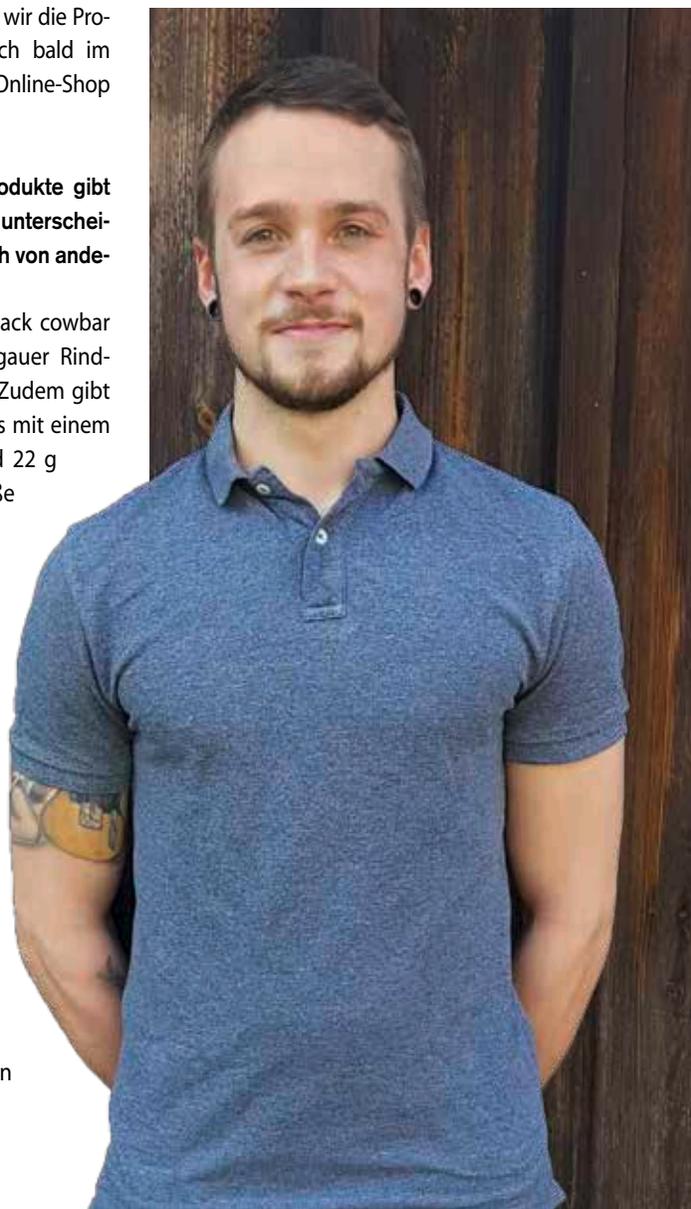
Welche Produkte gibt es? Wie unterscheiden sie sich von anderen ähnlichen Produkten?

Bis jetzt haben wir den Salami-Snack cowbar Salamisticks, hergestellt aus Pinzgauer Rindfleisch aus der eigenen Aufzucht. Zudem gibt es eine cowbar Currywurst im Glas mit einem Fettgehalt von 6 g auf 100 g und 22 g Eiweiß auf 100 g. Die Currysoße besteht aus passierten Tomaten, vielen verschiedenen Gemüse und Naturgewürzen. Das dritte Produkt ist die cowbar Bockwurst. Diese schmeckt durch eine lang überlegte Kombination aus verschiedenen Naturgewürzen sehr lecker und kommt so ohne Geschmacksverstärker sowie Frischehalter aus. Alle drei sind ohne Zucker hergestellt und eine neue Interpretation üblicher Fleischerei-Produkte. Es gibt zwar schon Fitnesssnacks wie unsere, wir setzen aber auf unser Handwerk und die Ausführung in unserem Betrieb.

Gibt es Ideen für weitere Produkte?

Unser Ziel ist es, in den nächsten Monaten eine ganze Produktpalette herzustellen, die fettarm und eiweißreich ist. Mit einer strengen Verwendung von Naturgewürzen, ohne Zucker und Zusatzstoffen die zur Frische beitragen – ehrliches Handwerk mit sportlichen Hintergedanken. *mt*

Vielen Dank für das Gespräch und weiterhin viel Erfolg!



An einem Strang

In Waibstadt im Rhein-Neckar-Kreis gibt es ihn noch: den traditionellen handwerklich Metzgereibetrieb – und das seit Jahrzehnten.

Er ist der letzte seiner Art im 5.000-Einwohner-Ort. Mit Passion verbindet die Familie Baumeister erfolgreich Tradition und Moderne.

Die Leidenschaft für das Metzgerhandwerk loderte vor über 120 Jahren schon in Karl Baumeister, Urgroßvater von Inhaber Matthias Baumeister, im Gasthaus & Metzgerei „Die Pfalz“ im benachbarten Neidenstein. 1965 zog die Familie nach Waibstadt, an den Standort der einstigen Filiale. Dort ist die Familie noch heute. Ingrid und Matthias Baumeister haben ein Lebenswerk geschaffen und vieles richtig gemacht: der Metzgermeister und seine 1988 im ersten Verkaufsleiterinnen-Lehrgang an der Fleischerschule Landshut ausgebildete Ehefrau. Mit ihren Kindern Kay (29), Ingo (25) und Leonie (22), rückt nun die fünfte Generation in den Fokus. Kay ist Koch, Fleischermeister und Fleischtechniker, Ingo Fleischermeister und passionierter Jäger wie sein Vater und Leonie Fleischerin, Verkaufsleiterin, Betriebswirtin des Handwerks und Ernährungsberaterin im Fleischerhandwerk. Alle halten zusammen und jeder bringt sich mit seinen Fähigkeiten ein. Auch Leonies Zwillingbruder (Bachelor of engineering) hilft wenn möglich an den Wochenenden beim Catering mit. Partyservice und Catering sind neben dem Laden eine wichtige Umsatzquelle. Fast jedes

Wochenende gibt es Aufträge, ob von privaten oder geschäftlichen Kunden, die in Stadthalen, Bürger- oder Vereinshäusern feiern und sich mit den Spezialitäten der Metzgerei verwöhnen lassen. Diese sind in der Region und darüber hinaus bekannt, da die Familie seit gut 20 Jahren mit zwei Verkaufsmobilen 14 Orte und Wochenmärkte anfährt, z. B. Siegelsbach, Untergimpfern, Neckarzimmern oder Binau. Überall dort gibt es keine Handwerksmetzger mehr – den Bedarf nach Gutem aus Meisterhand aber schon. Auffällig ist das grelle Pink im Laden, am Wurstautomaten vor der Tür, auf den Verkaufsmobilen, Flyern etc.

Seit 2013 ist der Laden im heutigen Look. Es gibt zwei Hingucker: den Dry-age-Reifeschrank, eine Sonderanfertigung, in dem edle Fleischzuschnitte bei 3°C und 92 % Luftfeuchtigkeit mehrere Wochen veredelt werden, und das zylinderförmige, transparente Rohwurst-Karussell. „Darin trocknen verschiedene Sorten bei 10°C und 70 % Luftfeuchtigkeit gut und wir haben seitdem auch mehr davon verkauft“, berichtet Ingrid Baumeister. 23 Mitarbeiter sind beschäftigt: „Auch unser ganzes Team ist sehr zuverlässig und wir sind sehr stolz darauf“, betont sie.



KONZEPT

METZGEREI BAUMEISTER – WAIBSTADT

In vierte Generation geführter Familienbetrieb im Kraichgau mit Laden, zwei Verkaufsmobilen, Wurstautomat, Partyservice und Catering. Matthias und Ingrid Baumeister führen den Betrieb 2019 seit 30 Jahren. Drei ihrer Kinder lernten Berufe im Fleischerhandwerk.

ERFOLGSFAKTOREN

- Durchhaltevermögen und hohes Qualitätsbewusstsein
- Eigene Schlachtung und Herstellung
- Familiärer Zusammenhalt
- Flexible Partner in Erzeugung und Industrie (Maschinen)
- Mehrere Standbeine



Fotos: Theimer, Metzgerei Baumeister



GRÜNES LICHT & MUSIK

Typische Hausmacher Wurst wie Blut- und Leberwürste, Wellfleisch, Maultaschen, Schälrippe und Knöchle, Ochsenmaulsalat oder Wildspezialitäten: „95 % der Fleisch- und Wurstwaren stellen wir selbst her“, sagt Ingo Baumeister. In der Wurstproduktion und beim Schlachten arbeiten Matthias, Ingo und Kay Baumeister sowie ein Azubi und drei Aushilfen. 20 bis 25 Schweine mit einem Schlachtgewicht zwischen 110 und 120 kg, die von einem Bauern aus dem Ortsteil Daisbach stammen, werden montags am Vormittag geschlachtet und an den Folgetagen verarbeitet. Zuvor verbringen die Tiere rund vier Stunden bei grünem Licht und Entspannungsmusik im Stall am Hof. Färsen liefert ein Landwirt aus dem Odenwald, die donnerstags schonend geschlachtet werden. Pro Woche entstehen rund 1,5 bis 2 t verarbeitete Ware, im Winter bis zu 3 t. Darunter sind etwa 150 kg Rohschinken. Für all das werden ausschließlich Naturgewürze verwendet. „Und saisonal stellen wir schonmal bis zu 15 Sorten Rohwurst her“, sagt er.

Foto: Metzgerei Baumeister

Seit 2012 hat Vater Matthias seinen Jagdschein, Sohn Ingo seit 2017. Beide gehen regelmäßig auf die Pirsch. Das Revier ist nur 2 km entfernt. Je 30 bis 40 Wildschweine sowie Rehe im Jahr

werden daher auch verwurstet oder das Fleisch als Frischware zum Braten oder Grillen angeboten. Spezialitäten sind z. B. Wildsalami im Heublumenmantel, Wildpeitschen, Pasteten oder französische Rillettes. Feine Dauerkonserven in Dose oder Glas sind – als gelerntem Koch – natürlich die Passion von Kay Baumeister. Zahlreiche schmackhafte Kreationen hat er schon ausprobiert. Diese gibt es im Laden, im mobilen Verkauf sowie im Wurstautomaten. „Wir arbeiten alle so, dass jeder jeden ersetzen kann, das macht eben die Erfahrung“, betont der Vater.

UP TO DATE SEIN

Das gelingt der Metzgerfamilie aus dem Kraichgau auch sehr gut. Für Marketing, Werbung und Social Media ist Leonie zuständig. Sie macht auch die Personalplanung und hilft im Verkauf. Aktionen via Instagram oder Facebook wie einen Adventskalender mit Wurstspezialitäten oder einen mit Fleisch sowie dazu passenden Rezepten kurbelten den Umsatz an. Ihre fröhliche und kompetente Art sowie ihr Ehrgeiz waren es sicher auch, die sie 2016 zum 2. Platz beim Bundesnachwuchswettbewerb bei den Fleischern führten. Ein Jahr später war sie eines von vier Gründungsmitgliedern der Nationalmannschaft des

Fleischerhandwerks. Bis heute hat sie auch dort schon viel Werbung für mehr Branchennachwuchs gemacht. Fortsetzung folgt... *mth*
www.metzgerei-baumeister.de

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:**  Kolbe Foodtec
- **Berufskleidung:**  Bakon
- **Betäubungstechnik:** Freund Maschinenfabrik
- **Cliptechnik:** Poly-clip System
- **Etikettiertechnik:**  schau mer mal 24 www.schau-mer-mal.de
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Gewürze:** Raps
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Ladenbau:** bfm Ladenbau
- **Speckschneider:** Treif  Maschinenbau
- **Spültechnik:** Meiko
- **Verkaufsfahrzeuge:** Fischer Verkaufsfahrzeuge
- **Wolf:** K+G Wetter



Der Metzger-Brauer

Die Metzgerei Reichert im oberfränkischen Dorf Uetzing produziert nicht nur Wurst- und Schinkenspezialitäten, sondern auch ein eigenes hausgebrautes Bier. Der Laden mit Dorfgaststätte zählt bei Kunden und Touristen zu den Genuss-Attraktionen.



Eine Treppe führt hinab in den Laden der Metzgerei im Landkreis Lichtenfels. Der verlockende Duft von geräuchertem Schinken und frisch gebrautem Bier erleichtert das Auffinden. Manfred Reichert (48), Inhaber des Metzgerbräu, ist nicht nur selbstständiger Fleischer, sondern auch selbstständiger Brauer. Mit der eher seltenen Kombination seiner Produkte ist er nicht nur in der Region, sondern weit über die Landkreisgrenzen hinaus bekannt. Der Laden erinnert ein wenig an Tante Emma. In der Theke hinter einer Glasscheibe werden verschiedene Wurstwaren offeriert. Hausgemachter Schinken hängt offen in einem Regal. Zu den geräucherten selbstgefertigten Spezialitäten zählen etwa auch die fränkischen Spezialitäten Zwetschgenbames (geräucherter Rinderschinken) und Kaminwurzen. Zu kaufen gibt es aber auch selbsthergestellte Wurst in Dosen, wie fränkischen Presssack.

Die Schlange der Kunden vor der Ladentheke ist oft lang, geduldig wird gewartet. Die Mitarbeiter nehmen sich Zeit für die Kunden. Manchmal verkauft auch die 80-jährige Mutter von Manfred Reichert mit, während ihr Lebensgefährte (84) dem Metzger bei seiner Arbeit hilft, wann immer er benötigt wird. Neben den Wurstspezialitäten nehmen sich die Kunden regelmäßig auch eine Flasche des hausgemachten Gerstensaftes Metzgerbräu in der Zwei-Liter-Pfandflasche mit.

Wer es bis zu Hause nicht erwarten kann, bekommt auch etwas für den Genuss sofort und vor Ort: Schinken und Wurst aufgeschnitten und ein oder mehrere Biere ins Glas eingeschenkt. In der Brauerei oberhalb des Ladens gibt es eine kleine Dorfgaststätte. Der oft viel beschäftigte Metzger und Wirt nimmt sich dabei auch Zeit für einen Plausch. „Wer den Wirt und den Metzger nicht mag, der mag auch sein Bier und seine Wurst nicht“, erklärt der brauende Metzger. Bis 2002 war er nur als Metzger tätig, dann entdeckte er seine Liebe zum Bierbrauen und machte daraus zuerst nur ein Hobby. Bis 2006 habe er sein selbstgebrautes Bier noch in einem ausgedienten Wurstkessel vergären lassen. „Aus Kostengründen, da es nur diese Möglichkeit gab und keine andere Technik zur Verfügung stand“, sagt er. Seinen Hausschinken, der Renner bei den Kunden, produziert er schon immer nach einem überlieferten traditionellen Familienrezept. Neben dem Bierbrauen widmet er sich in seiner Arbeit in der Fleischerei vor allem dem Schinken: Schweinekeule zerlegen, per Hand mit einer Spezial-Würzmischung einlegen, salzen und mit selbst kreierten Gewürzen behandeln. „Nach vierwöchiger Ruhezeit in einer Lake ab in die Räucherammer aus gemauerten Backsteinen. Dann dort eine Woche lang über Buchenspänen schonend kalt räuchern“, erklärt Manfred Reichert. Neben dem außergewöhnlich deftigen Geschmack des Schinkens besitzt er eine weitere Besonderheit. Manfred Reichert schwärmt: „Er hat

eine dunkelrote Farbe und ist nicht wie so manch anderer Schinken goldgelb.“ Das Fleisch bezieht er ausschließlich von einem heimischen Schlachthof sowie Tieren regionaler Herkunft. Ein Lieferant kommt aus dem Dorf. Von ihm bekommt er jedes Jahr ein Hausschwein. Das sind 10 % seines Jahresbedarfs an Fleisch.

GENUSSREGION OBERFRANKEN

Ein Spezialrezept gibt es auch für das hausgebraute, bernsteinfarbene Bier. Inzwischen hat er den Brauwurstkessel gegen eine hochmoderne Brautechnik eingetauscht. Rund 500.000 € investierte er seither in die Brauerei und das Anwesen mit rund 700 m². In der warmen Jahreszeit gibt es einen gemütlichen Biergarten. Sein Braumalz besorgt er sich regelmäßig in einer Bamberger Mälzerei. Der Hopfen kommt aus dem Anbaugebiet Spalt im fränkischen Seenland. Ein Biersud erbebe ca. 730 l Bier. Nach dem traditionellen Brauvorgang entsteht in fünf Gär- und Lagertanks das naturtrübe unfiltrierte Bier. Dort reift es etwa sechs Wochen bevor es abgefüllt wird. Die Stammwürze liegt bei 12,3 %, der Alkoholgehalt bei 5 %. „Die Leute wollen das Bier nicht mehr ganz so stark, sie wollen lieber eins mehr trinken“, schmunzelt Manfred Reichert. Inzwischen sei er durch Mundpropaganda so bekannt, dass er fast rund um die Uhr arbeiten könnte. Mitglied ist er zudem im Verein „Genussregion Oberfranken“, einer Initiative zur Förderung des heimischen Lebensmittelhandwerks, Gastwirtschaften und hand-

werklichen Brauereien. Online-Bestellungen könne er aus zeitlichen und organisatorischen Gründen nicht annehmen und bewältigen. „Es gibt doch nichts Besseres, als wenn die Ware direkt über den Ladentisch gereicht wird“, resümiert Manfred Reichert. *D. Dietrich*

www.metzgerbraeu.com

KONZEPT

METZGERBRÄU REICHERT – UETZING

Kombination aus Metzgerei und einer Hausbrauerei in Oberfranken. Spezialitäten sind der hausgeräucherte Schinken sowie Hausmacher Wurstwaren aus der Dose.

ERFOLGSFAKTOREN

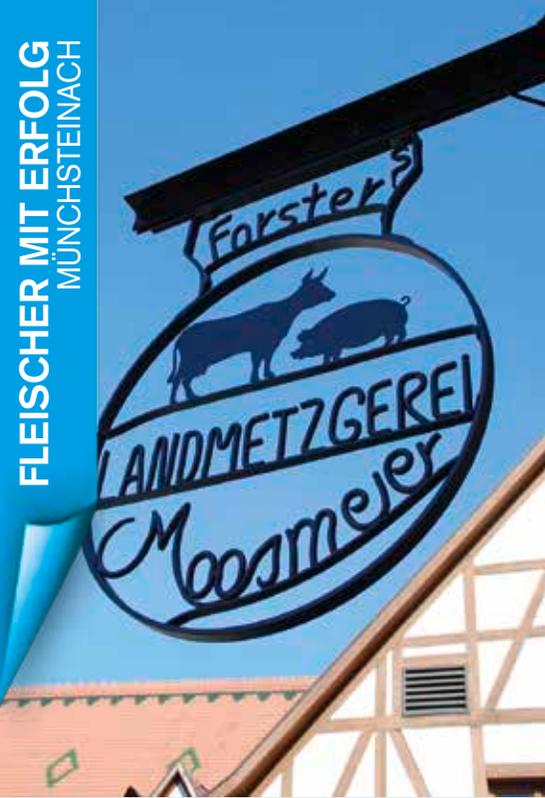
- **Guter Mix aus Tradition und Moderne**
- **Metzgerei mit eigener Bierherstellung als Alleinstellungsmerkmal**
- **Eigene Gastwirtschaft**
- **Große Kundenbindung**
- **Persönliche Gespräche und Beratung**

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschine:** Bizerba
- **Füller:** Frey Maschinenbau
- **Gewürze:** Raps, Hagesüd, Wiberg
- **Kassensystem:** Mettler-Toledo
- **Kochkessel:** Böckelmann
- **Spültechnik:** Winterhalter
- **Waagen:** Mettler-Toledo
- **Wolf:** Mado



Fotos: D. Dietrich



Nach Jahren mit mobilem Verkauf und Hofladen in Münchsteinach, ergriff die Familie Forster mit einem Laden in der „Kohlenmühle“ in Neustadt/Aisch die Gelegenheit beim Schopf und ist seit der Eröffnung im November 2018 mit ihrem Kleinod sehr zufrieden.

Mit Herz und Verstand

Vor knapp 50 Jahren zog es den Großvater von Stefanie (32), Brigitte (29) und Michael Forster (27) aus dem unterfränkischen Kitzingen an den heutigen Standort der Landmetzgerei nach Mittelfranken. Die Familie ist seither als „fahrende Metzgerei“ bekannt, wovon noch zwei Verkaufsfahrzeuge im Einsatz sind – auf Tour mit 25 Standorten, in denen es keine Nahversorgung durch einen Metzger gibt, sowie jeden Samstag auf einem Wochenmarkt in Nürnberg-Langwasser. „Mit dem neuen Laden haben wir eine Basis mit Zukunft“, berichtet Michael Forster, seit August 2018 Inhaber des Familienbetriebes. Seine Mutter Anna-Luise Forster (geb. Moosmeier, Metzgermeisterin) und ihr Team sind dort täglich im Einsatz und können sich

kaum einen besseren Arbeitsplatz mehr vorstellen. Auf dem Gelände der „Kohlenmühle“ – Restaurant und Hotel – wurde der wenige Quadratmeter große Laden im Herbst 2018 frei. „Am 16. Oktober kam die Zusage, am 2. November sperrten wir auf“, sagt Michael Forster. Das Interieur wurde übernommen. Helle Wandfliesen, eine historische, aber funktionelle Kühltheke, schmiedeeiserne Wurstgehänge und offene Regale prägen das Bild. Hier gibt es etwa jeden Dienstag Frisches aus der Schlachtschüssel, hausgemachte Bratwürste im Bändeldarm, gekochte Krakauer, Blut- und Leberwürste, Stadtwurst, Tellersülzen, Grillspezialitäten, Schäufele u.v.m. „Auch junge Leute kommen extra dafür zu uns“, betont die Seniorchefin. Da der Seniorchef und Metzgermeis-

ter Gerhard Forster aus Niederbayern stammt, schmecken auch die Weißwürste mehr bayrisch als fränkisch, was auch Tochter Stefanie als Bayerische Weißwurstkönigin 2014 freut. „Im neuen Laden haben wir nun auch wieder einen schwarzgeräucherten Schinken, den der Vater traditionell in der Heimat räuchert und nach einigen Wochen wieder mitbringt“, berichtet Michael Forster.

GUT ZU TUN

Schlachtung und Produktion in Münchsteinach sind fest in Männerhand. Vater und Sohn sowie Metzgermeister Manuel Vogel schlachten Montagfrüh jede Woche rund acht bis zwölf Schweine und freitags ein Rind. Ein Aufenthaltsstall mit Bewässerung und Tränke ist vorhan-

den. Die Schweine verbringen rund zwei Tage darin. Ab und an werden Lämmer geschlachtet. Alle Tiere kommen aus einem Umkreis von rund 15 km von kleineren Bauern. Die Kontakte bestehen seit vielen Jahren. Bei den Rindern vor allem Fleckvieh, aber auch mal Angus und Highlander. „Hinzu kommen Lohnschlachtungen für Bauern, etwa 40 bis 50 Schweine und 20 Rinder im Jahr – auch für einen demeter-Hof“, sagt Michael Forster. Die Produktion stets auf den neuesten technischen Stand gebracht, hat sein Vater seit dessen Betriebsübernahme 1993. Aktuell stehen Um- und Neubauten an, die der Seniorchef managed. Demnächst gibt es neue Kühlräume (auch TK), einen Rohwurstreiferaum, ein größeres Dosenlager und einen Dry-age-Kühlraum, in dem Rinderhälften im Ganzen hängen können.

Weitere wichtige Geschäftsbereiche sind das Catering von privaten und betrieblichen Veranstaltungen sowie der Festzeltbetrieb von Kirchweihen u. ä. von Mai bis Ende Oktober in der Region. „Während beim Catering 100 Personen die Regel sind, haben wir bei den Festen natürlich mehr zu tun“, sagt Michael Forster. Doch man sei mit Non-Food-Artikeln sehr gut ausgestattet. Schwester Brigitte Forster-Bach übernahm jahrelang die Touren mit dem Verkaufsmobil und ist natürlich auch eine feste Größe im Familiengefüge. „Zusammenhalt und Spaß am Beruf sind das Wichtigste“, betont Michael Forster. Mit Herz und Verstand ist die dritte Generation auf einem

guten Weg, das Werk ihrer Eltern und Großeltern zu erhalten.

2015 setzte die Metzgerfamilie ihre Idee der Verkaufsautomaten „RohStoff“ um. Zwei davon gibt es, die jeweils auf dem Gelände von Autohäusern in Neustadt/Aisch und Scheinfeld stehen. Via Facebook informiert die Metzgerei „RohStoff“-Fans über Aktionen und Spezialitäten. Auch sonst ist Steffi als Betriebswirtin des Handwerks in Sachen Marketing oft sehr kreativ. „Doch ohne die Weißwurstkönigin wäre ich das alles nicht“, sagt sie. Erinnerungstücke daran sind auch im neuen Laden zu finden – leicht versteckt, aber von außen durchs Fenster sichtbar. *mth*

www.metzgerei-moosmeier.de

KONZEPT

LANDMETZGEREI MOOSMEIER – MÜNCHSTEINACH

In dritter Generation geführte Landmetzgerei in Mittelfranken mit Schlachtung und Produktion, neuem Laden in der „Kohlenmühle“ (Neustadt/Aisch), mobilem Verkauf, Catering und Festzeltbetrieb.

ERFOLGSFAKTOREN

- Alleinstellungsmerkmale schaffen
- Eigene Schlachtung und Produktion
- Zusammenhalt und Spaß am Beruf
- Mehrere Standbeine
- Faire Preisgestaltung (Kunden und Erzeuger)



PROFI-PARTNER

- Bandsäge: Kolbe Foodtec



- Cliptechnik: Tipper Tie
- Füller: Frey Maschinenbau
- Gewürze: Hagesüd, Hela, Raps, Van Hees, Moguntia, AVO-Werke
- Kochkessel: Fessmann
- Kutter: Rex Technologies
- Pökelinjektor: Rühle
- Räuchertechnik: Fessmann
- Scherbeneiserzeuger: Maja Maschinenfabrik
- Schneidetechnik + Speckschneider: Treif Maschinenbau
- Wolf: Kolbe Foodtec



Fotos: Theimer



100 Jahre **jung**

In der Metzgerei Kleber im oberbayerischen Petershausen schlagen die Herzen schon ein Jahrhundert lang für die Handwerkskunst.

Hundertjährige sehen meist ganz anders aus als die Metzgerei Kleber in Petershausen. In dritter Generation führt Jürgen Kleber zusammen mit seiner Frau Sabine den Traditionsbetrieb im Herzen der oberbayerischen Gemeinde. Dass es auch eine vierte Generation geben wird, kann er nur hoffen. Aber er ist zuversichtlich, dass Sohn Christian (13) dereinst einmal in seine Fußstapfen treten wird. In der Gegenwart ist die Metzgerei ein gewachsenes Familienunternehmen, das gerade in der zweiten Hälfte seines Bestehens so manche einschneidende Evolution erlebt hat. „Früher war unser Haus das einzige Lebensmittelgeschäft am Ort“, betont

Jürgen Kleber (Bild u., 3. v. li.). Aber dann hielten auch in Petershausen und Umgebung die Supermärkte Einzug. Das Ergebnis: „Unser Lebensmittelgeschäft wurde immer kleiner, die Metzgerei immer größer.“

Der Betrieb an einem „ruhigen“ Dienstagnachmittag untermauert, dass für Familienbetriebe wie den der Klebers längst nicht das Ende der Fahnenstange erreicht ist – im Gegenteil. Im Laden herrscht ein ständiges Ein und Aus, am Telefon bestellt Jürgen Kleber für einen Stammkunden Färsenkeulen und Putenbrust. Denn die Metzgerei beliefert nicht nur ihre treue Kundschaft im Laden, sondern auch Gaststätten in der Umge-

bung. Ganz zu schweigen vom Online-Shop, der für Kleber allerdings nur ein Vehikel für Vorbestellungen ist. „In einer guten Woche haben wir da so 80 bis 95 Vorbestellungen“, skizziert er das Web-Geschehen.

PERSONAL? FACEBOOK!

Insgesamt 30 Leute arbeiten in Voll- und Teilzeit täglich daran, dass Fleisch und Wurst aus dem Hause Kleber an die Frau und an den Mann kommt. „Hinten arbeiten mein Vater und ich, drei Meister, ein Geselle, ein Auszubildender und eine Hilfskraft.“ Hinten, das ist das Herzstück der Metzgerei mit Schlachtraum, Wurstküche und Kühlräumen. Denn bei den

METZGEREI KLEBER – PETERSHAUSEN

In dritter Generation geführte Landmetzgerei mit Ladengeschäft und Online-Shop zur Vorbestellung, die auch Gastronomen und Metzgerkollegen beliefert. Der Traditionsbetrieb nutzt Social Media für Personalsuche und Kundenpflege.



ERFOLGSFAKTOREN

- Gewachsener Familienbetrieb
- Ladengeschäft und Lieferservice für Gastronomen und Metzgerkollegen als Standbeine
- Zehn Salamisorten als Spezialitäten
- Pulled Pork im Glas
- Onlineshop für Vorbestellungen
- Social Media-Strategie für Werbung und Personalgewinnung

Klebers wird nach alter Handwerkskunst geschlachtet und danach die Warmfleischzerlegung exerziert. Von der Anlieferung des Schlachtviehs über das Schlachten und Zerlegen bis hin zum Würsten und Kühlen folgt der ganze Ablauf einem eingespielten Prozedere. Mit einem besonderen Routinier mittendrin, denn Jürgen Klebers Vater Josef ist 82 Jahre alt, steht aber täglich um 5 Uhr früh auf der Matte. Wie sehr der Betrieb im Hier und Jetzt verankert ist, zeigt die Social Media-Strategie von Jürgen Kleber. Auf Facebook ist die Metzgerei schon seit Jahren mit Verlosungsaktionen aktiv und verbreitert so ihre Kundenbasis. Personal? „Finde ich am ehesten über Facebook“, lautet die lapidare Antwort des Metzgermeisters. Offensichtlich mit Erfolg: So wurde 2014 seine damalige Auszubildende Maria Geißler im Leistungswettbewerb des Deutschen Handwerks Landessiegerin in Bayern.

HINTEN UND OBEN

Es gibt so manche Spezialitäten, mit denen sich die Klebers einen besonderen Namen in der Zunft und bei ihrer Kundschaft gemacht haben. Die Salami zum Beispiel, „da sind wir echte Spezialisten“, erklärt Jürgen Kleber nicht ohne Stolz. Zehn durchwegs naturgereifte Sorten, darunter Walnussstangerl, Sportsalami, Katenrauchwurst und eine besonders scharfe Teufelssalami, finden nicht nur bei den Ladenkunden Abnehmer. Damit beliefern die Oberbayern auch Bio-Selbstvermarkter und diverse Metzgerkollegen. Eine jüngere Spezialität ist Pulled Pork im Glas. Die Schweinefleischfetzen, die sich besonders vortrefflich für Pfannengerichte und Burger eignen, finden in weißblau etikettierten Gläsern reißenden Absatz.

Auch Südtiroler und Schwarzwälder Räucherschinken nach Art des Hauses produzieren Vater und Sohn Kleber „hinten“. Wo bei der Metzgerei beim Räuchern zugute

kommt, dass das Anwesen einst ein landwirtschaftliches war und das Schlachthaus eine Stallung. Obenauf im Giebel befindet sich heute der Reiferaum für Rohschinken. Geschlachtet wird montags und mittwochs, wobei im Durchschnitt zwölf Schweine, ein Rind und ein Kalb unter's Messer kommen. Zur Osterzeit landen auch Lämmer auf der Schlachtbank. Dass in dem Familienunternehmen die Warmfleischzerlegung praktiziert wird, die bekanntlich ein flottes und akkurates Arbeiten erfordert, hat für Jürgen Kleber auch praktische Vorteile: „Wir brauchen dafür keine Hightech-Maschinen; bei Füller, Kutter und Wolf verlassen wir uns auf bewährtes Gerät.“ Paradebeispiele sind der rund 30 Jahre alte Wolf von Krämer & Grebe und eine Kolloidmühle, die eigentlich für die Pharmaindustrie gebaut wurde.

„ICH WILL HALT UNBEDINGT“

Seit einer schweren Erkrankung vor vier Jahren dürfte Jürgen Kleber eigentlich nur noch wenige Stunden am Tag arbeiten, „aber ich will halt unbedingt und es geht ja auch soweit wieder ganz gut.“ Logisch, dass sich der passionierte Metzger zum 100. Geburtstag seines Betriebs vor allem eines wünscht: dass seine Gesundheit stabil bleibt. Für das Jubeljahr hat sich die Familie etwas einfallen lassen. So wird es im Sommer einen Barbecue-Abend mit Smoker-Grillweltmeistern geben. In der Adventszeit will die Familie eine große Bratwurstverkostung veranstalten, deren Erlös Jürgen Kleber der Aktion „Sternstunden“ des Radiosenders Bayern 3 spenden will – „aus Dankbarkeit, dass ich wieder ziemlich gesund geworden bin.“ *chb*

www.metzgerei-kleber.de

PROFI-PARTNER

- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Gartechnik:** Graef
- **Gewürze:** Raps, Frutarom Savory Solutions/Wiberg
- **Kassen- und Wägesystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Kerres Anlagensysteme
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kühl- und Lagertechnik:** Linde
- **Schinkenpressen:** selfmade
- **Räucherammer:** Fessmann
- **Scherbeneiserzeuger:** Maja
- **Vakuumentchnik:** Multivac



Das Magazin für den Trendmarkt

Erscheint 2x jährlich

Streetfood Business ist redaktioneller Partner von:

Das erste und einzige Fachmagazin für die ganze gastronomische Bandbreite der Streetfood-Branche:

Reportagen, Interviews, Kolumnen, Anwenderberichte, Kommentare und mehr – aus der Szene, für die Szene.

Etablierte Gastro-Klassiker im Streetfood-Kontext, junge Erfolgsmodelle, kreative Neueinsteiger, moderne Crossover-Konzepte ...

Streetfood Business bietet umfassende Hilfestellung bei der Konzeption und Umsetzung, beim Start oder bei Neuausrichtung und Feintuning in Sachen Streetfood!

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Ridlerstr. 37 • 80339 München
muc@blmedien.de
www.gastroinfoportal.de

Vom Metzger zum Caterer

Seit über 30 Jahren haben kulinarische Meisterleistungen der Familie Roth in der niedersächsischen Region Harz-Heide Tradition. Nun möchte die zweite Generation weitere Meilensteine legen.

Alles beginnt in den 1970er-Jahren. Ingeburg, waschechte Niedersächsin, ist Verkäuferin in einer Metzgerei in der Schweiz und lernt dort Heinrich Roth kennen. Beide verlieben sich und entscheiden sich nordwärts zu ziehen. 1987 eröffnen sie ihre gemeinsame Metzgerei „Roth of Switzerland“ in Wolfsburg, die zunächst als Freibank für Fleisch dient. Schnell verändert Heinrich

Roth aber das klassische Metzgereigeschäft und wird Pionier für Partyservice aus einer Metzgerei heraus. Zu Zeiten als nur wenige andere Metzgereien Partyservice anboten, wurde hier hinter den Kulissen fleißig gekocht. Das war der Start für ein zukunftssicheres Unternehmen, denn klassische Fleischereien wurden in der Region immer weniger. Immer mehr Supermärkte stellten ihre Frisحتheken und Kühlschränke mit Fleisch aus. Die nächste Innovation folgte 2001 mit der

Pacht des Congressparks Wolfsburg. Heinrich Roth investierte stark in Equipment und versorgte Events so nicht nur mit Speisen, sondern auch mit kompletter Ausstattung wie Tischen, Stühlen, Heizpilzen, Grills, mobilen Bars, Dekoration u.v.m. So entwickelt sich das Cateringgeschäft mit dem Schwerpunkt: für Events alles aus einer Hand. Eine eigene Floristik sowie weitere Leistungen wie Musik und Fotografen ergänzen das Komplettangebot.

NACHHALTIGKEIT & „ZERO WASTE“

Schweizer Qualitätsbewusstsein und die Leidenschaft für ein hochwertiges kulinarisches



KONZEPT

ROTH CATERING – ISENBÜTTEL

Heute in zweiter Generation geführter Familienbetrieb, der aus einer Metzgerei zum Pionier für Catering und Events wurde. Mehrere interessante Locations.



Handwerk ist auch den Kindern Tell, Jörg und Christina eigen – der zweiten Generation des Familienbetriebs. 2019 starteten die Roths mit neuem Anspruch und Zeitgeist. „Wir gehen stets mit der Zeit, um unsere Kunden mit unserem Konzept zu begeistern“, erläutert Heinrich Roth. Eine Unternehmensphilosophie, die den Schweizer in seinem Leben begleitet und den Weg für einen erfolgreichen Familienbetrieb geebnet hat. In Zeiten einer sich wandelnden Gesellschaft, die sich zunehmend nachhaltig orientiert, sind auch im Catering kreative Ideen gefragt. „Wir sind zwar eine Familie mit Metzgereitradition, können aber auch anders“, schmunzelt Sohn Tell Roth. „Mit Kreativität und Innovation gestalten wir aktiv unsere Zukunft“, ergänzt seine Schwester Christina, die für die Küchenleitung zuständig ist. Beide freuen sich etwa auf neue vegane und vegetarische

Varianten im umfangreichen Portfolio wie Quinoa-Chili, Grillkäse oder Vollkorndudeln. Alles wird selbst zubereitet. Hinter den Kochtöpfen steht ein zwölfköpfiges Küchenteam, das bei der Zubereitung der Speisen komplett auf Geschmacksverstärker und Konservierungsstoffe verzichtet und Müll mit dem Ziel „zero waste“ vermeidet. Zudem kommt umweltfreundliche Technik zum Einsatz wie eine Hackschnitzelheizung und CO₂-Kühlung. „Der Einsatz umweltfreundlicher Produkte im Unternehmen und gesamten Catering-Prozess sowie fairer Einkauf bei regionalen Lieferanten sind Standard und garantieren auch faire Preise“, so der zweite Sohn Jörg Roth, verantwortlich für Technik und Logistik. Hochwertiges Gemüse vom Spargelhof um die Ecke, Geflügel aus artgerechter Haltung und getreidebetonter Fütterung in der Nähe, Backwaren aus der Region und nach überliefer-

ten Rezepturen sind nur einige Beispiele der Kooperation mit langbewährten Partnern. Außerdem stehen für das gesamte Team mehr Umweltschulungen und Gesundheitstrainings auf dem Plan, um das Verhalten bezüglich Nachhaltigkeit auch im eigenen Leben zu optimieren. Flexible Arbeitszeiten und übertarifliche Bezahlung sorgen für ein zufriedenes Team – eine gute Basis für glückliche Kunden.

AUSGEWÄHLTE LOCATIONS

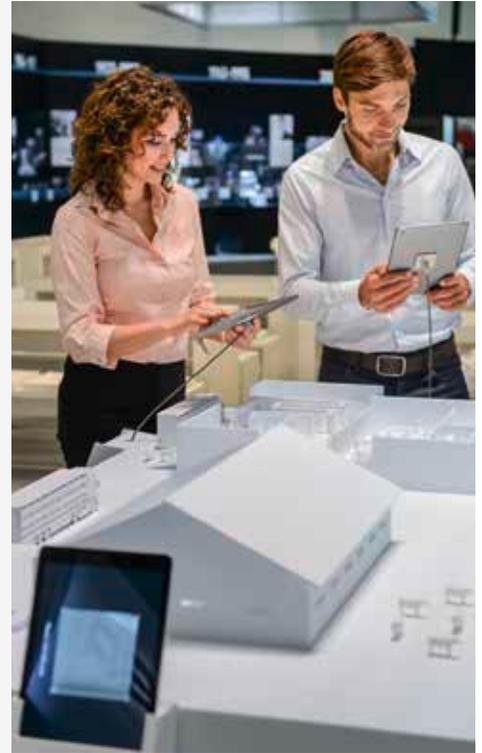
Eine weitere Besonderheit sind die eigenen und gepachteten Locations. Im hippen Campus Fallersleben z. B. in direkter Nachbarschaft der Bürogebäude von Volkswagen Marketing, stellt das Familienunternehmen gerade auf Mehrweg-Kaffeebecher um und verwendet keine Plastikbehälter. Die Suppen werden täglich hausgemacht und ermöglichen den Büroangestellten zusammen mit veganen und vegetarischen Speisen eine leichte, gesunde Ernährung. Im Mühlenmuseum Gifhorn gibt es verschiedene Eventflächen sowie eine Bäckerei vor Ort. Hier werden Brote und Blechkuchen nach traditionellen Rezepten gebacken, die komplett ohne Zusatzstoffe oder Backtriebmittel auskommen. In der Stadthalle Gifhorn wurde das Angebot für Tagungen nachhaltig optimiert. Beliebt ist auch das Sonntagsfrühstück im Roth Feierwerk. Auch hier gibt es keine Abstriche bezüglich der Qualität – hausgemachte Frische und ein kreatives Speisenangebot. Das Frühstück ist beliebt, zumal es auch eine Spielecke für die Kleinen gibt. Der Mix aus Schweizer Köstlichkeiten und regionalen Speisen ist einzigartig in der Region. An der Live-Cooking-Station werden Berner Rösti, Eierspeisen und Waffeln frisch zubereitet und diverse Beilagen angeboten. Die süßen und herzhaften Leckereien variieren durch den Einsatz regionaler Produkte je nach Saison. Fazit: So aufgestellt kann auch die zweite Generation an den Erfolg der Eltern anknüpfen.

www.roth-catering.de



ERFOLGSFAKTOREN

- Fokus auf Nachhaltigkeit
- Ausgewählte Veranstaltungsllocations
- Familienorientierte Angebote
- Hohe Qualitätsanspruch bei Rohstoffen



HANDWERK WIRD **DIGITAL**

Wie im Fleischerhandwerk Tradition und Zukunft zusammenfinden, können Fleischer vom 4. bis 9. Mai 2019 auf der IFFA erkunden. Der digitale Wandel und die Vielfalt seiner Möglichkeiten eröffnen auch handwerklich arbeitenden Fleischern jede Menge Potenziale und Chancen.



Fotos: Messe Frankfurt / Jochen Günther und Pietro Sutera

Einen Einblick in neue Anwendungen für das Handwerk wird die Messe bieten. Vor dem Hintergrund einer anhaltend guten wirtschaftlichen Situation im Fleischerhandwerk führt der Mangel an qualifizierten Fachkräften in den Betrieben zu einer extremen Auslastung. Nicht genutzte Effizienzpotenziale müssen erschlossen werden. Eine Maßnahme ist die Investition in zukunftsfähige Technik sowie digital unterstützende Technologien. So können zeitaufwändige Routinearbeiten mit digitaler Unterstützung schneller erledigt werden – mit dem Ziel: mehr Zeit für die Kunden. Die Vielfalt angebotener Module und Lösungen ist groß.

Digitalisierung bedeutet auch, den Kundenbeziehungen eine neue Dimension hinzuzufügen. Für Max Beck, Fleischermeister in der Metzgerei Opfer in Ringgau und als Blogger „Wursthandwerker“ unter-

wegs, bedeutet Digitalisierung in erster Linie die Nutzung sozialer Medien für die Kundenkommunikation. „Wir sind ein kleiner Betrieb mit einem Ladengeschäft und für mich liegt der Fokus der Digitalisierung auf der Nutzung digitaler Medien. So kann ich etwa eine Aktion, die nächste Woche stattfindet, auf Facebook bewerben und sie erreicht genau die Leute, die das wissen sollten – ohne Streuverluste“, sagt er. Außerdem plant er, den bestehenden Online-Shop zu optimieren. „Dennoch gilt“, ergänzt er „Erstkauf mit Beratung bei uns im Geschäft oder auf einem der Marktstände und Nachkauf online“.

BETRIEBSABLÄUFE AUTOMATISIEREN

Auf praktische Lösungen für Betriebsprozesse setzt die Fleischerei Bechtel in Zella. Die Fleischerei mit drei Filialen und Großhandelsvertrieb arbeitet etwa mit einer vollautomatischen Zeiterfassung für die Mitarbeiter. Johannes Bechtel, der als Metzgermeister und Bachelor Wirtschaftswissenschaften, Finance and Accounting den digitalen Wandel in der Metzgerei seiner Eltern vorantreibt, erklärt: „Die Zeiterfassung brachte uns eine enorme Erleichterung. Eine andere sinnvolle digitale Anwendung ist die Telemetrie in unseren Wurstautomaten, die vor zwei Filialen stehen. Ich kontrolliere den Bestand direkt übers Handy.“ Die Planungen gehen weiter – in Richtung digitale Dokumentation der Hygienemaßnahmen und außerdem Online-Shop: „Nur mit einem vollautomatischen Bestellprozess machen wir es den Onlinekunden leicht und komfortabel“, sagt er. Das sind auch die Anforderungen, die er – als Anwender – an digitale Applikationen stellt: „Sie müssen so gestaltet sein, dass sie einfach und schnell bedienbar sind und

die Angestellten trotzdem noch ‚handwerken‘ können. Und – nicht zu vergessen – sicher.“

PASSGENAUE LÖSUNGEN

Max Esser, Fleischermeister bei „Wurstspezialitäten Esser“ aus Erkelenz, sagt: „Digitalisierung ist für uns Mittel zum Zweck. Wir sind nicht erfolgreich, weil wir digital sind, sondern weil wir wirklich eine gute Produktqualität und Fachberatung bieten. Ohne digitale Hilfe hätten wir das vermutlich nicht erreicht. Wir nutzen digitale Anwendungen vor allem, um den Job der Mitarbeiter zu vereinfachen – wie die Verkaufswaagen. Bei so vielen Artikelnummern können wir von den Mitarbeitern, vor allem Azubis und Quereinsteigern, kaum erwarten, diese schnell zu beherrschen. Hier mischen wir aktuell digitale und noch zu viele analoge Systeme, um es den Mitarbeitern einfacher zu machen. Wir müssen digital effizienter werden. Solange wir Artikelnummern händisch irgendwo auf der Waage notieren müssen, ist die digitale Waage nicht effizient genug.“ In der Produktion nutzt die Fleischerei mit ihren über 25 Filialen ein Warenwirtschaftssystem. So würden sich etwa Lieferscheine schnell erstellen und Angebotspreise systematisch planen lassen, erklärt Max Esser: „Es gibt nicht die eine perfekte digitale Lösung, die meisten sind sogar zu kompliziert. Jeder muss für sich selbst schauen, welche zu seinem Betrieb passt. Wenn eine digitale Lösung den Job nicht einfacher macht, passt sie nicht zum Betrieb“. Eigens zum „Digitalen Wandel“ hat der Deutsche Fleischer-Verband einen Strategiekreis gegründet und damit das Thema zu einem wichtigen Aspekt der Verbandspolitik gemacht. Die Mitstreiter dieses Think Tank treffen sich regelmäßig und arbeiten unter

IFFA auf einen Blick

Wann: 4. bis 9. Mai 2019,
9 bis 18 Uhr,
9. Mai bis 17 Uhr

Wo: Messe Frankfurt,
Hallen 8, 9, 11
und 12 (neu)

Preise: Tageskarte 24 €,
Dauerkarte 48 €,
Tageskarte ermäßigt: 12 €

Weitere Infos: www.iffa.com



Fleischermeister Max Beck (auch Blogger „Wursthandwerker“)



FÜR DEN HARTEN ALLTAG

Mit F.DICK professionell nachschärfen



BESUCHEN SIE UNS!
HALLE 8.0
STAND C54

www.dick.de

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle
Schleifmaschinen

anderem Handlungsempfehlungen für ihre Berufskollegen aus. „Wir behandeln vor allem solche Themen, die der Optimierung der Geschäftsprozesse dienen. Eine Fleischerei wird immer ein Handwerksbetrieb bleiben und handwerkliche Lebensmittel auf hohem Niveau herstellen – das ist ihre Stärke – aber die Art, in der die umgebenden Prozesse, also etwa das Bestellwesen oder die Betriebsprozesse laufen, kann durch digitale Dienste optimiert werden“, sagt Gero Jentsch, Leiter der Kommunikation beim Deutschen Fleischer-Verband.

DIE LEITMESSE

Die IFFA ist die erste Adresse für das Fleischerhandwerk. Über 1.000 Anbieter zeigen Produktneuheiten und Trends für die gesamte Prozesskette der Fleischverarbeitung. Ein wichtiger Angebotsbereich für das Handwerk ist in der neuen Halle 12.0 zu sehen. Hier präsentieren sich im Schwerpunkt führende Anbieter aus dem Bereich „Verkaufen – Alles rund um das Fleischerfachgeschäft“ und auch das Wettbewerbsareal des DFV ist hier angesiedelt. In der Halle 12.1 sehen Besucher Trends und Neuheiten zum Thema Ingredienzien, Gewürze, Hilfsstoffe, Därme und Packmittel. Die hier vertretenen Unternehmen sind wichtige Partner in der handwerklichen Fleischverarbeitung. In der Halle 11 sind die Produktbereiche Verpacken, Versorgungseinrichtungen, Mess- und Wägetechnik sowie Anbieter aus dem Bereich Verarbeiten-Schneiden präsent. Die Hersteller aus dem Segment Schlachten und Zerlegen stellen in den Halle 9.0 und 9.1 aus. Der Angebotsbereich Verarbeiten befindet sich in Halle 8.0.

FH FLEISCHER-HANDWERK ist auf zwei Messeständen präsent:

- Halle 12.0, Stand D28;**
- Halle 9.0, Stand A03**

SPEZIALITÄTEN BZW. PRODUKTE AUS DEM FLEISCHERHANDWERK ÜBERZEUGEN KUNDEN BESONDERS, WEIL...



„... sie mit Liebe zum Produkt und zur Tradition im Handwerk produziert wurden.“
Michael Hackner, geschäftsführender Gesellschafter, CDS Hackner



„... sie innovativ und individuell entwickelt und produziert werden und sich damit bewusst von der industriellen Fertigung abgrenzen.“
Claudia Buse, Geschäftsführerin, Bastra GmbH



„... sie die enorme, handwerkliche Vielfalt schätzen und die Regionalität der Qualitätsprodukte sehr gut nachvollziehen können.“
Volker Lauber, Geschäftsführer, K+G Wetter



„... sie sich vom Wettbewerb aus der industriellen Herstellung abgrenzen, einen echten Mehrwert bieten und durch regionale Wertschöpfung punkten.“
Robert Huber, Geschäftsführer, Moguntia-Werke Gewürzindustrie (Teil der Moguntia Food Group)



„... sie für Qualität, Regionalität, Genuss, Frische und immer stärker auch für Kreativität stehen. Moderne Handwerksbetriebe verknüpfen geschickt bewährte und innovative Produkte. Dadurch erschließen sie sich nicht nur neue Geschäftsfelder und Zielgruppen, sondern bieten dank einer breiten Vielfalt auch immer wieder neue Kaufanreize. Die Kunden profitieren außerdem von einer hohen Flexibilität bei Sonderwünschen und Produktbestellungen – und durch eine umfassende Beratungsleistung hinsichtlich der Produkte und auch deren Zubereitung.“

Valeska Haux, Vice President Corporate Marketing, Multivac

„... weil individuelle Vielfalt unbegrenzten Genuss ermöglicht.“

Lutz Nungesser, Managing Director Market Organization Germany & Leitung Sales Region DACH, Bizerba



„... Handwerkskunst in unserer Gesellschaft immer noch einen hohen Stellenwert hat und der Kunde für beste Qualität auch mehr zahlen möchte. Qualität und Geschmacksvielfalt sind unschlagbar.“
Frank Lehnen, Vice President Sales & Marketing & Michael Kirz, Area Sales Manager Europe, Maurer-Atmos Middleby



Grammgenau dosieren

Mit dem Dosierventil 85-3 stellt **Handtmann** eine Neuentwicklung im Bereich Dosieren vor. Die flexible Lösung lässt sich leicht in die tägliche Produktion integrieren. Das Dosierventil wird direkt an den Auslauf der Vakuumfüllmaschine angeschlossen. Die Arbeitshöhe ist individuell an die Bedienerperson, den Füllstisch oder ein Transportband anpassbar. So ist ein manuelles und grammgenaues Dosieren in Becher, Eimer oder Schalen bei einer Dosierleistung von 2.000 kg/Stunde oder bis zu 50 Portionen/Minute möglich. Die Ausstoßgeschwindigkeit ist einstellbar, wie auch die Funktion

„Doppelhub“ ausgewählt werden kann. Produktbeispiele sind Feinkostsalate, Suppen, Dressings oder Marinaden, im Bereich Fleischprodukte etwa Leberwurst, Tatar, Rohwurst, Geschnetzeltes, Schaschlik oder Gulasch. Dosierkolben in drei unterschiedlichen Ausführungen erweitern das Spektrum zusätzlich. Das Dosierventil ist im Hygienic Design konzipiert. Alle Materialien sind FDA-konform. **Halle 12.0, Stand A80**

Genuss-Liebhaber willkommen

Neue Roh- und Kochschinken-Variationen, Gaumenfreuden aus dem Bereich der Kochpökelwaren, innovative Geschmacksrichtungen im Bereich Rohwurst sowie vielfältige Ideen für leckere Halbdauerwaren präsentiert **Beck Gewürze & Additive**. Leckere Wurstwaren sowie weitere kreative Produkte kredenzt das Unternehmen, dem Food-Pairing-Gedanken folgend, zusammen mit einem gut gekühlten, aromatischen Gin. Ebenso werden die neuen die SoftFix-Marinaden – auch in Bio-Qualität erhältlich – am Stand vorgestellt. Das Beck-Team hält noch viele weitere Überraschungen bereit, freut sich auf interessante Gespräche, neue Kontakte und Besucher aus aller Welt. **Halle 12.0, Stand A10**



Fleisch in Form

Der fränkische Edelstahlverarbeiter **Eberhardt** zeigt schwerpunktmäßig sein Portfolio an Koch- und Schinkenpressen. Besucher bekommen Anwendungsbeispiele zu sehen, wie die Pressen aus Slicer- und Stangenware neue Design- und/oder Geschmacksprodukte formen. Die Geräte lassen sich einfach in bestehende Produktionslinien integrieren und ermöglichen Produkte bis zu 1 m Länge. Wie sich individuelle Formenwünsche erfahren Messebesucher am Stand. **Halle 12.0, Stand A10**

Mikroklima mit viel Know-how

Wer es eine Spur schicker möchte, ist bei **Landig+Lava** gut aufgehoben.

Denn die Brüder Christian und Aaron Landig präsentieren an ihrem Messestand Dry Ager®-Vitrinen, die von drei Seiten verglast sind und ein optischer Hingucker in Metzgereien sein können. Die elektronische Steuerung liefert eine konstante Temperatur von 0 bis 25°C, die in Schritten von einem Zehntel Grad geregelt werden kann. Die Luftfeuchtigkeit lässt sich dank HumiControl® in 0,5-%-Schritten zwischen 60 und 90 % einstellen. Mit dem integrierten DX AirReg®-System entsteht in dem Schrank selbst bei großen Schwankungen der Umgebungstemperatur ein laut Hersteller perfektes Mikroklima für Fleisch, Schinken oder Salami.

Den Safe gibt es in zwei Größen: bis zu 20 (Dry Ager DX 500) und bis zu 100 kg (Dry Ager DX 1000) Fassungsvermögen. Auch begehbbare Reifezellen sind möglich. **Halle 12.0, Stand C19**



Für jeden Bereich die richtige Bodenlösung:

Monile®
Spezialboden
Seilo® CRYL
Acrylharzbelag
Seilo PUR
Polyurethanbeton
Seilo® POX
Epoxydharzbelag

Böden

Seit über 55 Jahren



Seitz + Kerler GmbH & Co. KG
Friedenstraße 5 - 8 · 97816 Lohr am Main
Deutschland
Tel.: +49 9352 8787-30
Fax: +49 9352 8787-11
www.seilo.de · industrieboeden@seilo.de

Wir stellen aus:

IFFA 2019
Halle 9.1
Stand D70

Vertrieb und Verlegung
von Industriefußböden
in Deutschland, Österreich,
Schweiz und in weiteren
Ländern

Auch Schinken wird mit TIPPER TIE geclippt.



KDCR in der Produktion.



Geclippt: Ringwürste im Rinderdarm.



Investition, die sich rechnet

Der Doppelclip-Automat TIPPER TIE KDCR sorgt bei NOTHWANG für Effizienz und Wirtschaftlichkeit.

Hausgemachter Genuss in Spitzenqualität – dieser Anspruch verbindet die Familie NOTHWANG bereits seit sieben Generationen. Beheimatet in Bad Friedrichshall in Deutschland, hat sich die 1818 gegründete Traditionsmetzgerei im IFS-zertifizierten Produktionsbetrieb der handwerklichen Herstellung hochqualitativer Wurst-, Fleisch- und Schinken-Spezialitäten verschrieben.

Ein Innovationsteam sorgt dafür, dass darüber hinaus immer wieder neue kulinarische Highlights entwickelt werden. Im Jahr 2017 beispielsweise waren es einzigartige Grillvariationen: eine „Hot Butcher“-Grillwurst mit Chili, eine Bizeps-Bratwurst mit Rindfleisch-Einlage für den extra Eiweißschub und eine leicht süßlich schmeckende Einhorn-Wurst.

Auch 2017 wurden wieder 69 Wurst-Spezialitäten aus dem Hause NOTHWANG von der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft ausgezeichnet. Ein klares Statement der unabhängigen Sachverständigen zum Bestreben der Traditionsmetzgerei, stets beste Produktqualität mit feinstem Geschmack zu produzieren. Sicher nicht zuletzt aufgrund der speziellen und hochqualitativen Rohstoffauswahl. Ob Mettschulter für die Rohwurst, Kutterschulter oder Verarbeitungsfleisch – alles wird bei NOTHWANG entseht, entknorpelt und zugeschnitten, bevor es in die Wurst kommt.

Weniger Verlust, mehr Effizienz

Inzwischen sind es rund 150 Mitarbeiter, die am Hauptsitz und in den acht Filialen im Großraum Heilbronn dazu beitragen, dass jedes Produkt ein echtes Genusserebnis ist. Die Tagesproduktion beläuft sich auf etwa 12 Tonnen Wurst- und Fleischwaren. Viele der hochwertigen Produkte werden nicht nur für den Eigenverkauf produziert, sondern auch an Supermärkte, Großverpflegungseinrichtungen und Cateringunternehmen geliefert.

Wer wie NOTHWANG für den Lebensmittelhandel produziert, hat einige zusätzliche Vorschriften und Auflagen zu beachten, z. B. die Genauigkeit bei der Portionsgröße. „Wo 200 Gramm drauf steht, müssen auch mindestens 200 Gramm drin sein“, sagt Rainer Höhn, Betriebsleiter bei NOTHWANG. Je exakter eine Maschine auf die Füllmenge eingestellt werden kann, desto besser.

„Es ist uns wichtig, im Rahmen aller Richtlinien zu produzieren“, versichert Höhn. „Auf der anderen Seite sind wir jedoch auch ein Unternehmen, das Verantwortung für viele Mitarbeiter hat. Wir müssen also wirtschaftlich und effizient arbeiten.“ Deshalb suchte die Traditionsmetzgerei nach einer leicht und fein einstellbaren Clipmaschine, die schonend, aber auch mit hoher Taktzahl produziert.

Der KDCR, ein Doppelclip-Automat, der speziell für die Produktion von Ringprodukten in Naturdärmen entwickelt wurde, erwies sich als passgenaue Lösung. Die Maschine lässt sich einfach bedienen, verschleißt Schweine- und Rinderdärme bis Kaliber 46 mm sowie Ringwaren und Stangenprodukte in Collagen-, Cellulose- oder Kunststoffdärmen bis Kaliber 50 mm, ist besonders leise und schnell. Bis zu 130 Takte pro Minute sind möglich, abhängig von der Portionsgröße. Und das Spulclip-Magazin reicht für 3.500 Würste. Komfort und Effizienz waren damit gewährleistet. Doch wie sah es mit der Fülleinstellung aus?

NOTHWANG wollte auf Nummer sicher gehen und die Maschine erst einmal im Praxisbetrieb testen. Da kam das TIPPER TIE-Mietangebot mit Kaufoption gerade recht.

Auf alle Anforderungen eingestellt

Dass der KDCR seine Sache gut machte, stand für Produktionsmitarbeiter Sandro Fritz schnell fest. Egal, was er auch produzierte – die Herstellung lief reibungslos, die Därme blieben unversehrt. Das Resultat: Statt drei bis vier Prozent über dem Normwert liegt der durchschnittliche Egalisierungsverlust jetzt nur noch bei ein bis zwei Prozent.

„Wenig Fehlprodukte, wenig Ausschuss und gewichtsgenau, das ist eine Investition, die sich rechnet“, sagt Betriebsleiter Höhn. „Das meine ich auch vorausschauend. Wir gehen davon aus, dass der SB-Anteil weiter steigt und Convenience-Produkte zunehmend in den Fokus rücken werden. Der Trend geht auch stärker zu kleinen Portionsgrößen für Single-Haushalte.“

Fritz ergänzt aus Praxissicht: „Der KDCR arbeitet auf den Punkt, ist simpel in der Einstellung und schnell einsatzbereit. Durch das klare Design könnte ich ihn auch mit verschlossenen Augen bedienen und hätte trotzdem Top-Produkte.“ Und so stand die Entscheidung schon nach einigen Monaten Mietzeit fest: Der KDCR sollte fortan zum festen Inventar von NOTHWANG gehören.

TIPPER TIE auf der IFFA 2019: Halle 8.0, Stand Go6/Ho6

TIPPER TIE, Inc.
2000 Lufkin Road
Apex, NC 27539 USA
Tel. +1 919 362 8811
Fax +1 919 362 4839
infoUS@tippertie.com


TIPPER TIE™

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
Wilhelm-Bergner-Strasse 9a
21509 Gliede/Germany
Tel. +49 40 72 77 04 0
Fax +49 40 72 77 04 100
infoDE@tippertie.com



DOSIEREN



HDI

HANDTMANN DATA INTERFACE



FÜLLEN & PORTIONIEREN



HFM

HANDTMANN FUNCTION MODULE



HCU

HANDTMANN COMMUNICATION UNIT



ABDREHEN



MSA

MACHINE SETUP ASSISTANT



HMC

HANDTMANN MACHINE COCKPIT



WOLFEN



HLC

HANDTMANN LINE CONTROL



FORMEN & SCHNEIDEN



HPV

HANDTMANN PRODUCT VISUALIZATION

HANDTMANN DIGITAL SOLUTIONS

MEAT PROCESSING SIMPLY SMART

NEU: HALLE 12, STAND A80

IFFA 4. - 9. MAI 2019

www.handtmann-iffa.de

handtmann

Ideen mit Zukunft.



HCU

HANDTMANN COMMUNICATION UNIT
Software zur Planung, Steuerung
und Optimierung der Füllabteilung



HMC

HANDTMANN MACHINE COCKPIT
Cloud-Anbindung der Handtmann Maschinen
zur Erhöhung der Maschinenverfügbarkeit



HPV

HANDTMANN PRODUCT VISUALIZATION
Digitale Produktvisualisierung für einfachste
Umsetzung kreativer Formprodukte



IFC

INTELLIGENT FILLER CLIPPER INTERFACE
Optimale Synchronisation von Vakuumfüller und
Clipmaschine für höhere Leistung und einfache
Bedienung



MSA

MACHINE SETUP ASSISTANT
Assistent zum einfachen Rüsten
mit Empfehlung der Formatteile



HDI

HANDTMANN DATA INTERFACE
Standardisierte Schnittstelle
zur Kommunikation mit
Datenerfassungssystemen



HFM

HANDTMANN FUNCTION MODULE
Skalierbare Leistung und Freischaltung
von Softwarefunktionen



HLC

HANDTMANN LINE CONTROL
Echtzeit-Statusüberwachung und
automatische Programmumschaltung
der Produktionslinie



HMF

HANDTMANN MONITORING FUNCTION
Automatische Parameterüberwachung
zur Vermeidung von Fehlproduktion

FÜHREND BEI
INSTALLIERTEN DIGITALEN LÖSUNGEN
INDUSTRIE 4.0 READY

MEAT PROCESSING SIMPLY SMART

**So einfach ist die Digitalisierung
Ihrer Produktion**

Profitieren Sie von den Möglichkeiten der Handtmann Digital Solutions und setzen Sie ab heute auf die Produktion von morgen. Damit bleiben Sie langfristig wettbewerbsfähig, erschließen neue Marktpotenziale und sorgen auf Knopfdruck für ein Plus an Transparenz und Kostenkontrolle. Modulare Lösungen ermöglichen die schrittweise Umsetzung – meistern Sie die Automatisierung spielend und passgenau.

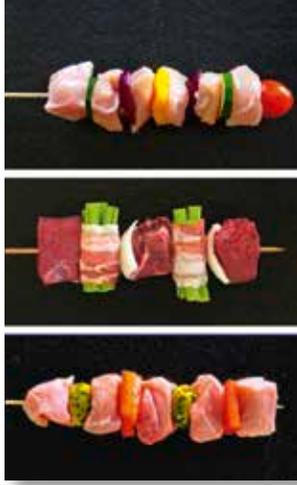
Von der effektiven Produktionsplanung über die Steuerung und Optimierung bis hin zur Datenauswertung und Analyse unterstützen unsere Lösungen

Sie darin, die Sicherheit der Produktionsprozesse zu verbessern und die Produktivität zu steigern. Entdecken Sie ungeahnte Einsparpotenziale und vereinfachen Sie den Produktionsalltag – wie leicht das ist, zeigen wir Ihnen auf der IFFA 2019.

Wir haben Industrie 4.0 zum Anfassens; Träumen Sie nicht länger von vernetzter Produktion – seien Sie live dabei. Besuchen Sie uns vom 4. bis 9. Mai 2019 auf der IFFA in Frankfurt am Stand A80 in Halle 12.

www.handtmann-iffa.de

handtmann
Ideen mit Zukunft.



Verkaufsfertige Spieße

Ein professionelles Spieß-System für bis zu 480 verkaufsfertig gesteckte Spieße pro Stunde präsentiert **Miveg**. Mit Erkenntnissen aus über 40 Jahren Spießtechnologie ist das manuelle „Stick System 480“ für das Fleischerhandwerk, Restaurants, Supermärkte und Streetfood entstanden. Von traditionellen Fleisch- über Antipasti- bis hin zu Wellenspießen sind dabei viele Anwendungen möglich. Das Schiebeyesystem aus Edelstahl liefert Grillspieße mit einer Optik wie von Hand gesteckt, aber einfacher und ohne Verletzungsrisiko hergestellt. Das System verarbeitet Rundspieße von 3,2 bis 3,8 mm Durchmesser und Längen von 80 bis 250 mm. Auch Fähnchen- und Flachspieße sind möglich. Auf Kundenwunsch stellt Miveg zudem individuelle Magazinformen her. Neben dem Stick System zeigt das Unternehmen Wickel-Systeme zur Herstellung von Grillfackeln, automatische Spieß-Systeme und passende Spieße aus Buche, Birke und Bambus. **Halle 9.0, Stand A22**

Fotos: Miveg, Syner-Con, allfo Vakuumverpackungen, Hoja Maschinenbau, Friedr. Dick



Betäuben & schärfen

In Kooperation mit bekannten Geflügelbetrieben entwickelte **Friedr. Dick** das Betäubungsgerät für Großgeflügel bis 25 kg praxistauglich und tierschutzkonform weiter. Das BTG II ist mit einem Schussbolzen ausgestattet, der mit Federkraft betrieben wird. Es hat im Vergleich zur ersten Generation ca. 80 % mehr Schussleistung bei gleichbleibender Spannkraft. Das Gehäuse besteht aus robustem Spezial-Aluminium und weist eine strukturierte, rutschhemmende Oberfläche auf. Optimiertes Gewicht und längerer Auslösehebel sorgen für eine präzise Führung und exaktes Handling. Als optionales Zubehör gibt es eine Spannhilfe, die an der Wand aufbewahrt werden kann. Das Unternehmen zeigt am Messestand zudem einen RFID-Werkzeug-Ausgabeschrank sowie diverse Wetzstähle. Einer davon verfügt über einen Griff aus zwei Kunststoffen – widerstandsfähig und sicher im Handling.

Halle 8.0, Stand C54

Modular & extraflach

Der Fachhändlerverbund **Syner.Con** zeigt die Warenwirtschaftssoftware **Apru.Con** (Version 14.5) sowie die modulare Touchscreen-Waage **FreshWay V** mit extraflacher Wägeplatte von Mettler-Toledo. Die Software ermöglicht Einblicke in Produktions- und Verkaufstatistiken und hilft Filialisten mit zusätzlichen Komfortfunktionen und vielen Tools. Messebesucher erleben das Etikettieren und Kommissionieren im Livebetrieb: den Verpackungs- und Kommissionierungsvorgang und das Wiegen der Ware bis zum Aufdruck des LMIV-konformen Etiketts mit Infos über Inhaltsstoffe, Zutaten, Allergenkezeichnung oder MHD. Die PC-basierte FreshWay-Waage ist durch frei platzierbare Einzelkomponenten gekennzeichnet und verfügt über eine sehr flache Wägeplatte, was Aussparungen in so mancher Theke erübrigt. Zudem sind Bezahlautomaten des italienischen Vertriebspartners **VNE** zu sehen.

Halle 11.1, Stand A22



Beutelvielfalt für alle

Gut 200 Beutelvarianten, die sich in Größe, Form und Materialstärken unterscheiden, sind bei **Allfo** sofort lieferbar – egal ob Siegelrand-, Schrumpf- und Schlauchbeutel, Koch- und Standbodenbeutel oder Mehrlagenbeutel. Vom Siegelrandbeutel (Folienstärke 90my) sind rund 140 Größen auf Lager. Kunden profitieren von der Leistungsstärke der Beutel, die aus PA/PE-Verbundfolie hergestellt werden. Ein großes Augenmerk liegt auf praktischen Öffnungshilfen. Die neuesten Modelle werden vorgestellt, die dank eines Zippers durch leichten Druck wiederverschließbar sind. Die Beutelloffnung ist fast flüssigkeitsdicht wiederverschließbar, das Aroma von Gewürzen wird so perfekt erhalten. Eine Alternative dazu ist der lebensmittelechte Klettverschluss **HookVak**, der in den Beutel integriert wird. Hier befindet sich die Siegelnaht oberhalb des Wiederverschlusses. So ist der vakuumierte, versiegelte Beutel zunächst luftdicht verschlossen. Bei Bedarf wird dieser oberhalb des Wiederverschlusses klassisch geöffnet. **Halle 11.0, Stand E30**



Vollautomatisch braten

Mit der **DRL1000E 2** stellt **Hoja Maschinenbau** seine kleinste Bratanlage (**Hoja Baby**) vor, komplett überarbeitet und mit vielen technischen Neuerungen ausgestattet. Damit ist ein vollautomatisches Braten wie aus der Pfanne oder Kippbratpfanne möglich – mit den Vorteilen einer Inline-Maschine. In der Grundversion Starter sind alle grundlegenden Funktionen vorhanden, die Version Professional verfügt zudem über Rezeptsteuerung, vier Temperatursensoren und eine Abzugshaube. Bratzeiten von 40 bis 400 Sekunden sowie Brattemperaturen bis zu 240°C sind frei einstellbar und bleiben gleich. Die Leistung beträgt 40 bis 150 kg je nach Produkt. Die Produktausbeute ist laut Unternehmen hoch, die Produkte werden schön braun und es bilden sich gute Röstaromen aus. Optional ist eine Fernwartung möglich. **Halle 9.0, Stand E11**

NEU!
Vollautomatische
Kochprozess-
steuerung!

**sterilisieren
kochen
garen
dämpfen
reifen**

T

AUTOKLAV & KESSEL

K

KORIMAT

www.korimat.de

Besuchen Sie uns auf der IFFA in Halle 8.0, Stand B02



NIE IN SCHIEFLAGE

Im Interview erklärt Bastra-Geschäftsführerin Claudia Buse, wie es nach dem Neustart weitergeht.

Die Meldungen überschlugen sich, als die Bayha & Strackbein GmbH, in der Fleischbranche besser bekannt als Bastra, im Februar 2018 Insolvenz anmeldete. Nach einem ordentlichen Rauschen im Blätterwald kehrte Ruhe ein; hinter den Kulissen arbeiteten Geschäftsführung und Insolvenzverwalter an der Zukunft des Unternehmens. Zum Jahresanfang dann die Vollzugsmeldung aus dem Sauerland: Die Experten für Koch- und Rauchanlagen haben es geschafft. Ohne die schwierigen Sparten Regale und Geräte, aber mit einem neuen Partner, konzentrieren sich die Arnsberger als Bastra GmbH mit ihren Koch- und Rauchanlagen auf ihre weltweite Kundschaft in Handwerk und Industrie.

Was ist passiert und welche Falschmeldungen waren gegebenenfalls im Umlauf?

Aus strategischen Gründen haben wir uns bewusst zum Schritt der

Insolvenz in Eigenverwaltung entschieden, um uns zukünftig ausschließlich auf unsere Kern-Produktgruppe Koch- und Rauchanlagentechnik zu fokussieren. Im Zuge der Umstrukturierung haben wir unsere Sparten Regale und Geräte, welche einem hohen Preis- und Wettbewerbsdruck unterlagen, ausproduziert und eingestellt. Das Unternehmen ist durch das nach wie vor starke Anlagengeschäft nie in die Schieflage geraten, wie es in einigen Meldungen hieß. Letzteres war immer unsere Stärke und dieses bauen wir nun fokussiert weiter aus.



Wie haben Sie diese Krise letztlich bewältigt?

Das vergangene Jahr haben wir genutzt, um den Fokus des Unternehmens ausschließlich auf die Anlagentechnik und den Service zu richten und es dahingehend produkt- und personaltechnisch nachhaltig zu stärken. Die Sparte Regale/Geräte wurde in diesem Zuge eingestellt. Das Bastra-Team, mit dem wir in die Zukunft gehen wollen, ist komplett mitgezogen und alle unsere Händlerpart-

ner im In- und Ausland sind uns eng zur Seite gestanden. Durch unseren neuen Partner, die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft aus Osnabrück, haben wir zusätzlich Branchenerfahrung mit ins Haus geholt.

Wie stellt sich Ihr Unternehmen zum aktuellen Zeitpunkt dar?

Wir freuen uns über einen stabilen, über Plan liegenden Auftragseingang, arbeiten weiter an der Prozessoptimierung im Unternehmen und richten unsere Konzentration auf unsere Händlerpartner im In- und Ausland sowie selbstverständlich auf unsere Kunden. Außerdem haben wir das Serviceteam personell verstärkt und erschließen mit unserem in der Branche erfahrenen Team einige neue Märkte.

Welche Zielgruppen werden Sie künftig mit welchen Lösungen ansprechen?

Unsere klassischen Handwerkskunden im In- und Ausland sind uns sehr wichtig. Historisch bedingt, zählt diese Gruppe immer schon zu unserer Stammkundschaft und dieser werden wir mit unserem Know-how und individuellen Lösungen weiterhin eng zur Seite stehen.

Vom Erfolg des Bastra Smart500, der schon bei Markteinführung auf der IFFA 2016 zum Trendprodukt der Messe gekürt wurde, sind wir schlichtweg überwältigt. Wir können heute alle bedeutenden LEH-Ketten zu unseren Kunden zählen und haben schon spannende Weiterentwicklungen in der Umsetzung. Die mittelständische Industrie ist ebenfalls ein starker Kundenkreis für uns. Wir haben bereits einige größere Projekte im Auftrag, die 2019 installiert werden. Durch den Ausbau unseres Servicenetzes werden wir weiterhin mit Hochdruck daran arbeiten, schnelle und fachgerechte Unterstützung zu gewährleisten.

Was steht auf der IFFA im Fokus?

Selbstverständlich werden wir mit unserem Produktportfolio und spannenden Weiterentwicklungen auf der IFFA in Halle 8.0 vertreten sein. Wir freuen uns in diesem Jahr besonders, dass unser langjähriger Partner und Kunde OFC/Quality Food ebenfalls auf unserem Messestand präsent sein wird, um interessierte Besucher hinsichtlich neuer Anwendungsmöglichkeiten zu beraten. *mtH*

Frau Buse, wir danken für das Gespräch. Halle 8.0, Stand B 50



Taste the world

Ein abwechslungsreiche Produktmenü aus den Bereichen Fleischwaren und Convenience zeigt **Frutarom Savory Solutions**. Neben dem natürlichen Kutterhilfsmittel Bio Tex Pure zur Herstellung von Brühwurst werden die Starterkultur Bitec® Starter Mild & Fast für Rohwurst, das natürliche Aromaextrakt zur Injektion von Fleischzubereitungen Meatstab A10, ein Compound für veganen Aufschnitt, Deco Quick® Schwarte für knusprige Fleischvariationen in der Heitheke mit Biss sowie eine Neuheit bei den Dekorwrzungen vorgestellt. Meatstab A10 reduziert Bratverluste und sorgt für ein saftiges Endprodukt. Zudem wird verraten, wie proteinreiche Fleischsnacks herzustellen sind. Neu bei den Marken Wiberg und Gewürzmühle Nesse sind die Trockenmarinade Wiberg Grillfix Churrasco mit würzig pikantem Aroma und leichter Rauchnote sowie die Bärlauch Wrzmarinade OG. Die lmarinade mit Geschmack nach Bärlauch und jungen Zwiebeln sorgt ohne Zusatzstoff Geschmacksverstärker für Genuss. **Halle 12.1., Stand C40**



Neue Generation

Auf einem 500 m² großen Stand präsentiert **Fessmann** ein breites Anlagenportfolio. Mehr als ein Dutzend Exponate aller Größenordnungen und für unterschiedliche Anwendungsbereiche sind zu sehen. Mit den Turbomaten T1900 und T3000 wird erstmals die neueste Generation an „Allesknnern“ für das Handwerk vorgestellt. „Durch den Einsatz modernster Software zur Strömungssimulation konnten wir die Trocknungsleistung der Maschinen deutlich steigern. Dadurch erreichen wir schnellere Trockenzeiten bei noch besserer Gleichmäßigkeit der Endprodukte“, erklärt Geschäftsführer Uli Fessmann. Auf der Messe sind beide Maschinen mit Raucherzeugern der Ratio-Familie dabei. Zudem hat das Unternehmen mit seinen Nachverbrennern die einzige eigenständige, elektrisch beheizte Einrichtung zur thermischen Nachverbrennung von Abgasen im Programm, die leicht an bestehenden Anlagen nachgerüstet werden kann. **Halle 12.0, Stand D51**

Effizient reinigen

Auch Anlagen zum Reinigen von Wagen, Euro-Kisten und Paloxen präsentiert **Kerres Anlagensysteme**. Bei der Kabinenwaschanlage Typ KBW 801 im Rotationsprinzip werden Paloxen auf einem Hubsystem mit Drehvorrichtung fixiert und danach in die Maschine eingeschwenkt. Nach Beendigung des Waschprogramms bleibt kein Restwasser stehen, so dass beim Ausschleusen keines verschleppt wird. Bei stark anfallendem Grobschmutz ist ein automatischer Bandfilter einsetzbar. Stark verschmutzte Kisten und Utensilien reinigen und trocknen die Durchlauf Waschanlagen cleanline, die es auch zweispurig gibt. Das Modell cleanline S wurde zur schnellen, effektiven Reinigung leicht bis mittel verschmutzter Euro-Kisten E1-E2 und E3 entwickelt.



Auch bei der neu entwickelten Brtwagen-Waschanlage Typ KBW 202 für 200-l-Wagen werden diese ständig am Düsensystem vorbeigeführt und so eine hohe Reinigungseffizienz an Rädern und schlecht zugänglichen Stellen erreicht. **Halle 8.0, Stand E34**

pH-Messung leicht gemacht

PH-Check heißt das Einstiegsmodell von **Dostmann electronic** ins Segment der pH-Messgeräte im Taschenformat. Es lässt sich einfach kalibrieren und eignet sich für Messungen in Flüssigkeiten. Das Messgerät ist IP65-spritzwassergeschützt und jederzeit einsatzbereit. Es lassen sich bis zu drei Messpunkte (pH4, pH7 und pH10) kalibrieren; die jeweilige Kalibrierlösung wird automatisch erkannt. Das Instrument misst von 0,00 bis 14,00 pH (Genauigkeit $\pm 0,1$ pH) und von

0 bis 60°C Temperatur (Genauigkeit $\pm 1^\circ\text{C}$). Die Messergebnisse können mit der Hold-Funktion im Display festgehalten werden. Ein zusätzlich eingebauter Temperatursensor liefert pH-Wert und Proben temperatur auf ein zweizeiliges Display. Die Elektrode lagert flüssig in einer Sensorkappe. Zu dem Gerät sind verschiedene Kalibrierlösungen, eine Aufbewahrungslssigkeit sowie diverse Reinigungsflüssigkeiten erhältlich. **Halle 9.1, Stand D63**

Fotos: Frutarom Savory Solutions, Fessmann, Kerres Anlagensysteme, Dostmann electronic



SCHWEIZER MESSER FÜR DEN PROFI

Köln, Wallrafplatz 2, 50667

SHOP ONLINE AT VICTORINOX.COM



ESTABLISHED 1884

SPASS VERMEIDET FEHLER



Volker Lauber und Andreas Wetter, Geschäftsführer bei K+G Wetter, geben im Interview Ausblicke auf die Zukunft der Fleischverarbeitung.

im Handwerksbetrieb vorkommen können, in einem bestimmten Rahmen ausgleichen. Genau wie es ein Fachmann manuell machen würde. Ziel ist ein fehlerfreier Produktionsablauf im realen Produktionsumfeld. CutVision läuft auf einem zentralen Server, liest automatisch alle Daten aus der Maschine und speichert sie strukturiert ab. Zu jedem späteren Zeitpunkt können die Produktionsdaten einzelner oder mehrerer Chargen ein-

Ziel ist aber, mit begrenzter kW-Zahl möglichst große Materialmengen schonend zu verarbeiten. Wir bemessen Effizienz nach dem Verhältnis der Durchsatzmenge zum Energieeinsatz. Den Spaßfaktor gibt es beim Blick auf die Energierechnung.

Hygiene und Reinigung sind zentrale Faktoren. Sie haben Lösungen geliefert wie den Vakuum-Schneidmischer VCM 120 oder durchgängig schräge Außenflächen.

Volker Lauber: Letztendlich sind Hygiene und Reinigung eine Teilmenge der Produktsicherheit. Das ist unser Thema, das wir konsequent und mit Innovationen vorantreiben. Etwa der Easy Access bei unseren Winkelwölfen: Mit einem Handgriff lässt sich der Wolftrichter schnell öffnen; die Maschine wird einfach und umfassend zugänglich. Die Reinigung ist leicht durchzuführen und das Ergebnis sicher zu kontrollieren. Es gibt keine schlecht einsehbaren Bereiche mehr, es sind keine Aufstiegshilfen oder zusätzliche Werkzeuge nötig. Das Reinigungsteam macht seinen Job intuitiv richtig.

Bei der Esskultur zeichnet sich ein Wandel ab, der auch die Verarbeitung von Gemüse und vegetarischen Produkten interessanter macht. Wie unterstützt Ihre Hightech hier?

Andreas Wetter: Unsere Herkunft liegt ganz klar in der Fleischverarbeitung. Fleisch als sehr hochwertiges und in der Verarbeitung sehr anspruchsvolles Lebensmittel bestimmt unsere Strategie schon immer. Als Stichworte seien Wertschöpfung, Produktverbesserung, Hygiene, Energieeffizienz und Produktsicherheit genannt. Diese Begriffe sind ausnahmslos mit hohen Erwartungen und Standards belegt. Letztere gelten, weil sie sehr anspruchsvoll sind, auch für die Verarbeitung von Gemüse, vegetarischen Lebensmitteln oder Obst. Die Anforderungen sind gar nicht so unterschiedlich, wobei manchmal produktabhängige Anpassungen der Technik nötig sind, um das beste Ergebnis zu erhalten. Auch hier haben wir einen großen Erfahrungsschatz.

Halle 8.0, Stand D96

Der digitale Wandel stellt traditionelle Branchen vor große Herausforderungen. Kurzlebige Trends, Veränderungen im Nachfragemarkt und technische Innovationen sollen möglichst gleichzeitig bewältigt werden. K+G Wetter stellt sich dieser Aufgabe mit einer effektiven Verbindung aus Tradition und Fortschritt. Wie mit durchdachten und zukunftsorientierten Technologien Arbeit einfacher wird, was digital orientierte Ansätze bieten und wo die Entwicklung und Trends für die Zukunft liegen, erläutern Volker Lauber und Andreas Wetter.

Vor allem für die Qualitätssicherung spielen Software, Dokumentation, Vernetzung, und Handling eine bedeutende Rolle. Wo bieten Sie schon jetzt Lösungen an? Wo sehen Sie Meilensteine für die Zukunft?

Volker Lauber: Bereits seit einigen Jahren treiben wir die Digitalisierung konsequent voran. Unser Konzept steht auf zwei Säulen: fehlerfreie Produktion und lückenlose Dokumentation. Das Softwarepaket CutControl steuert die Maschine. Dabei legen wir großen Wert auf die intuitive und einfache Bedienung, auch unter Berücksichtigung des Fachkräftemangels. CutControl kann auch Schwankungen in Menge und Produkteigenschaften, wie sie öfter

fach kontrolliert werden. Verbunden mit längst im täglichen Leben Standard gewordenen Touch-Displays, macht die Maschinenbedienung Spaß. Spaß bei der Arbeit vermeidet Fehler. Für die Zukunft sehen wir die Notwendigkeit einer Aggregation aller in einer Produktion verfügbaren Daten und deren intelligenter Auswertung als Grundlage für eine effiziente Produktionssteuerung. Dazu müssen alle Maschinen der unterschiedlichen Produktionsschritte mit einer übergeordneten Instanz kommunizieren. Das lässt sich nur mit Hilfe einheitlicher, standardisierter Protokolle sinnvoll realisieren. In der Lebensmittelverarbeitung haben sich der Weihenstephaner Standard WS-Food und OPC-UA etabliert. Wir können beides.

Für wirtschaftliches Arbeiten ist die Energieeffizienz ein wichtiges Thema. Wo sehen Sie bei den Technologien das größte Potenzial?

Andreas Wetter: Wir sehen das größte Effizienzpotenzial in der Weiterentwicklung der für den Zerkleinerungsprozess relevanten Bauteile wie Messer, Schneidsätze und Fleischschnecken. Meist sind die Verbesserungen auf den ersten Blick nicht sichtbar. Beim Auto ist eine hohe kW-Zahl chic und steigert den Spaß beim Fahren. Es ist vergleichsweise einfach, mit großen Leistungen Materialien zu zerkleinern. Unser

EVENTS ZEIGEN TRENDS

Produktwettbewerbe, Fachvorträge, Live-Demonstrationen und Discovery Tours – das Eventprogramm vermittelt Fachwissen, inspiriert durch Best-Practice-Beispiele, und zeigt Konsumtrends und technischen Lösungen auf.

Zahlreiche Events schaffen für die Messebesucher einen Mehrwert. Geballtes Fachwissen von Experten alternierend, mit praxisorientierten Vorträgen von Ausstellern – so präsentiert sich das IFFA Forum (Halle 11). Das Programm orientiert sich an den Top-Themen und widmet jedem davon einen Tag.

- Sa., 4. Mai 2019: Food Trends – Ingredients
- So., 5. Mai 2019: Handwerk & Verkauf (12:30 Uhr: FH und FT-Awards 2019)
- Mo., 6. Mai 2019: Produktoptimierung und digitale Lösungen
- Di., 7. Mai 2019: Food Safety
- Mi., 8. Mai 2019: Food Trends – Verpackung
- Do., 9. Mai 2019: Ressourceneffizienz

Erstmals finden geführte Messerundgänge zu den oben genannten Themen statt. Fachbesucher können sich dabei einen Überblick über das themenbezogene Angebot verschaffen und sich zu ausgewählten Produkthighlights führen lassen. Interessenten registrieren sich am Startpunkt in der Halle 12.Via Ost.

Traditionell organisiert der Deutsche Fleischer-Verband (DFV) die Qualitätswettbewerbe für das Fleischerhandwerk und talentierte Nachwuchskräfte. Diese bieten die Möglichkeit, sich in einem internationalen Umfeld zu messen und das eigene Können unter Beweis zu stellen. Für die Gewinner sind Pokale, Medaillen und Urkunden ein ideales Marketinginstrument für die Öffentlichkeitsarbeit.

- 4. bis 5. Mai 2019: Int. Leistungswettbewerb der Fleischerjugend
- Mo., 6. Mai 2019: Int. Qualitätswettbewerb für Wurst
- Di., 7. Mai 2019: Int. Qualitätswettbewerb für Produkte in Convenience-Verpackungen, Dosen und Gläsern
- Mi., 8. Mai 2019: Fleischerklassen zeigen ihr Können
- Do., 9. Mai 2019: Int. Qualitätswettbewerb für Schinken

Die Sonderschauen IFFA Kitchen (Galleria 0) und die Trendfleischerei (Halle 12) zeigen aktuelle Entwicklungen in der Fleischwirtschaft. In der IFFA-Kitchen wird eine Produktionslinie für Bratwürste aufgebaut, die Aspekte wie Food Safety, Prozessoptimierung oder Digitalisierung im Live-Betrieb demonstriert. Das Ergebnis kann vor Ort verkostet werden. Welche Möglichkeiten es gibt, das Sortiment im Fleischerfachgeschäft zu erweitern, präsentiert die Trendfleischerei. Die Sonderschau zeigt auch, wie Fleischereien auf den Trend zum Außer-Haus-Markt bzw. zum „Essen-to-go“ reagieren können. Weitere Infos: www.iffa.com/events.

Foto: B&L Medien-Gesellschaft



FH Fleischerhandwerk Awards 2019

Ein IFFA-Highlight wird die Verleihung der **FT Fleischer Technik und Fleischer-Handwerk Awards 2019** sein. Zum sechsten Mal prämiert die B&L Medien-Gesellschaft Lösungen in der Fleisch- und Wurstverarbeitung, die einen nachhaltigen Vorteil für die Anwender aus Industrie und Handwerk sowie die Qualität der Produkte haben.

Die Preisverleihung findet am So., 5. Mai 2016, 12.30 Uhr, im IFFA Forum in Halle 11.1, C40 statt. Dort erhalten die Gewinner aus den jeweiligen Kategorien die Awards sowie Urkunden. Eine ausführliche Berichterstattung folgt in der Ausgabe 4/2019 von FH Fleischer-Handwerk.

An zwei Ständen der **B&L Medien-Gesellschaft** können sich Messebesucher über das Medienportfolio des Verlags informieren, darunter die Fachmagazine **FH Fleischer-Handwerk**, **FT Fleischer Technik/Ftec** sowie das brandneue Kundenmagazin **Carneo**.

Halle 12.0, Stand D28; Halle 9.0, Stand A03

Unser Handwerk + Ihre Erfahrung = ein unschlagbares Team!

Wir bringen Fleisch innovativ in Form. Unsere professionellen Spindelkochpressen bieten optimale Rohstoffausnutzung und hohe Wirtschaftlichkeit. Für Kochpökel- und Rohwaren, nach Ihrem Wunsch geformt!

Eberhardt Fleischpressen für Industrie und Handwerk.

Gleich Katalog anfordern



Telefon +49 (0) 9827 354
anfrage@eberhardt-gmbh.de
www.eberhardt-gmbh.de

Besuchen sie uns:

IFFA

Frankfurt am Main
04.–09.05.2019
**Halle 12.0
Stand A10**



Eberhardt GmbH

FOOD PRESS SYSTEMS®

DIE NEUE KUTTER-GENERATION

Ideal für das Fleischerhandwerk.



Unsere Blizzard 50 L, 70 L und 130 L

Die neue Kutter-Generation aus Laufach haben wir so weiterentwickelt, dass sie den besonderen Anforderungen des Handwerks entspricht: Mit effizientem Antriebssystem, einem komplett geschlossenen Edelstahlkorpus und einzigartigem Hygiene-System.



Frankfurt am Main
4.–9.5.2019
Halle 8.0, Stand H28



www.dueker-rex.de

Kurse mit weiß-blauem Flair

Drei völlig neu konzipierte Kurse für Fleischprofis, ein Gewinnspiel (Hauptpreis: 2.000 €) und dazu fachkundige Fortbildungsberatung mit weiß-blauem Flair: Das verspricht die **1. Bayerische Fleischerschule Landshut** den Messebesuchern. Am Stand präsentiert werden zudem Seminarneuheiten des laufenden Jahres wie eine Weiterbildung zum Schinkensommelier (BFS), Workshops für Steakfans sowie einen Premierenkurs im Nachbarland Österreich. Dort erwartet der im Herbst neu gewählte zweiköpfige Vorstand viele seiner 585 Mitglieder aus aller Welt zu Gesprächen. Barbara Zinkl ist an allen Messtagen vor Ort. Der Co-Vorsitzende Rudolf Jacobs (37, Fleischermeister, Betriebswirt und Fleischsommelier) aus Solingen steht am 4. Mai 2019 als Ansprechpartner zur Verfügung. Über das „geheime Trio“ neuer Kurse verrät Barbara Zinkl: „Es soll Bereiche von Verkauf über gesunde Ernährung bis zum Kult ums Grillen abdecken.“ Die IFFA bietet sich zudem als internationales Forum an: Viele Meisterschüler kamen aus Österreich, Italien, Japan, Südkorea oder China nach Landshut – und sogar Meisterkollegen aus Schweden und Russland reisten zu Exkursionen an die Isar. **Halle 12.0, Stand C34**



Immer nah am Kunden

Auf dem über 500 m² großen Messestand von **holac Maschinenbau** können die Besucher anhand verschiedener Baureihen und Modelle laut Unternehmen modernste Schneidetechnik in Bestform erleben. Auch

Interessenten maßgeschneiderter, kundenspezifischer Lösungen sind beim Messteam gut aufgehoben. Alle Schneidemaschinen können individuell angepasst werden – ein Vorteil, wenn es darum geht, einzelne Komponenten in eine Produktionslinie zu integrieren oder spezielle Wünsche und Anforderungen eines Kunden zu realisieren. Viele Maschinen können nun mit RFID-Technik ausgestattet werden. Diese erlaubt es, Benutzungsberechtigungen flexibel zu managen und senkt das Risiko von Fehlbedienung, menschlichem Versagen und Sabotage. Durch die automatische Erkennung von Schneidewerkzeugen wird eine weitere Fehlerquelle eliminiert. **Halle 8.0, Stand H96**



Vakuumfüller für alle

Für Einsteiger in die Vakuumfülltechnik präsentiert **Rex Technologie** das Modell RVF 220, der sich auch für Betriebe mit häufigem Sortenwechsel eignet. Die Trichter, erhältlich in der Ausführung 50 l mit Deckel bzw. 100 l mit Klappe sind leicht zu befüllen und zu reinigen. Maximaler Einzug mit minimalen Mengen an Restbrät sei selbstverständlich. Das aus verschleißfestem Edelstahl gefertigte Flügelzellenförderwerk garantiert eine hohe Standzeit sowie Produktqualität. Die Füllmassen werden schonend transportiert. Restluft im Brät ist minimal. Die 12" Touchscreen-Steuerung erleichtert die Bedienung. Optional erhältlich sind eine Clippersteckdose zum Ansteuern von Clip- bzw. Vorsatzgeräten sowie eine starre Darmhaltevorrichtung, die Natur- bzw. Kunstdärme abdreht. **Halle 8.0, Stand D80**

von Clip- bzw. Vorsatzgeräten sowie eine starre Darmhaltevorrichtung, die Natur- bzw. Kunstdärme abdreht. **Halle 8.0, Stand D80**

Synergien nutzen

In neuem, modernen Setting präsentiert sich **Kramer** unter dem Motto „Alles aus einer Hand“. Eine außergewöhnliche Art der Präsentation wird geboten. Das Unternehmen aus Umkirch bei Freiburg steht für 90 Jahre Erfahrung und branchenübergreifende Innovationsleistungen in den Bereichen Dämmtechnik, Kühlraumbau und Ladenbau. Wer sich ein Bild davon machen will, sollte die IFFA dazu nutzen. Auf der Messe präsentiert wird das Gesamtkonzept des Unternehmens mit den Geschäftsbereichen Kühlraumbau und Ladenbau, sowie der flexiblen Modulbauweise von addhome. Das Leistungsspektrum umfasst in allen Geschäftsbereichen die komplette Wertschöpfungskette von der Planung über die Produktion und Montage bis hin zum schlüsselfertigen Projektabschluss. Interessant sind dabei Synergieeffekte, die sich aus der jahrzehntelangen Erfahrung und der Kompetenz des Unternehmens ergeben. Davon können auch Kunden profitieren. Oft kommt nicht nur einer der Geschäftsbereiche, sondern das gesamte Leistungsspektrum zum Einsatz. **Halle 12.0, Stand B19**



Intelligent vernetzt

In verschiedenen Produktpräsentationen zeigt **Bizerba** Lösungen für alle Kundensegmente. Dabei steht die Vernetzung der Systeme im Fokus des Messeauftrittes. So verpackt die vollautomatisierte Verpackungs- und Preisauszeichnungsmaschine Wrapper B3 frische Lebensmittel sinnvoll und sorgt für eine ansprechende Warenpräsentation. Mit der Schneidemaschine A660 verringert sich erneut ein Prozessschritt: Durch das Schneiden auf Zielgewicht wird eine nachgelagerte Gewichtsprüfung überflüssig. Die Wiegefunktion ist mit der Schneidfunktion gekoppelt, was den Überschuss messbar senkt. Die Maschine besitzt zudem einen automatischen Greifer, ideal für konfektionierte Ware. Vernetzung funktioniert nicht ohne die entscheidende Software im Hintergrund, die Maschinen miteinander kommunizieren lässt. Sie liefert Nutzern alle relevanten Daten, um die Effizienz ihrer Abläufe zu kontrollieren und regulieren. Mit den Softwarelösungen BRAIN2 für die Industrie und Retail-Control für den Handel lassen sich die Prozesse bei jedem Schritt überwachen und auswerten. **Halle 11.1, Stand A11**





Für individuelle Rezepturen

Unter dem Motto „German heritage – worldwide expertise“ präsentiert **Raps** ein breites Spektrum funktionaler Zusatzstoffe und Compounds sowie kulinarischer Würzmittel. So sorgen etwa

RA-Lak-Spritzmittel mit neutralem, aber feinwürzigen Profil für Kochpökelwaren, die sich ideal kombinieren und ergänzen lassen. Bei Convenience Food gibt es eine große Auswahl an Würzkompositionen und Ingredienzen, u. a. neuartig geräucherte Gewürze, Würzmarinaden, Dip-Saucen, natürliche Antioxidantien sowie natürliche Frischhalter und funktionale Bindecompounds. Mithilfe der Fresh Line-Range lassen sich individuelle Rezepturen mit authentischen Geschmacksprofilen kreieren oder verfeinern, ohne dass Konservierungsstoffe eingesetzt werden müssen. Zudem werden leicht zu verarbeitende Halbfertigfabrikate und Ready-to-eat-Produkte vorgestellt. Verkostet werden können u. a. Sous-vide gegarter Bacon, Pulled Turkey oder saftige Nuggets. **Halle 12.1, Stand C61**

Platzsparender Allrounder

Das AllroundSystem (ASR) von **Maurer-Atmos Middleby** ist eine platzsparende Lösung zum Räuchern, Kochen und Kühlen. Sie arbeitet mit allen gängigen Raucherzeugungssystemen wie Glimm-, Kondensat-, Frictions- oder Flüssigrauch. Die Luftumwälzung sorgt auch bei voller Wagenladung für eine gleichmäßige Produktqualität mit geringem Gewichtsverlust. Mit



seinen schmalen Abmessungen lassen sich platzsparende Lösungen auch in Handwerksbetrieben realisieren. Die ASR-Anlagen eignen sich sowohl für liegende als auch für hängende Produkte. **Halle 8.0, Stand E06**

Neue Dimensionen

Das verspricht **Schrutka-Peukert** in punkto Warenpräsentation. Unzureichend genutzte Flächen, ob an der Rückwand oder im Verkaufsraum, werden zu Highlights im Laden: mit der Reifekammer mit Salzklima (Premium Meat Ager) oder dem Fleischkühlschrank (Premium Meat Focus/PMF). Die Kammer wird nach individuellen Raum- und Maßvorgaben gefertigt, der PMF-Schauschrank verfügt über eine integrierte Eigenkühlung und eine intelligente Lüftersteuerung. Eine Personalentlastung findet statt, wenn SB-Elemente statt für Sonderangebote für Premiumartikel genutzt werden. Beispiele sind die Präsentationstheke Premium Meat Select für vorgepacktes Frischfleisch oder Dry Aged Beef-Fleisch sowie interaktive Verkaufsstände für Handelswaren. Der Kunde steuert sein Informationsbedürfnis interaktiv. Know-how zu Fleischbeschaffung und -auswahl kommt vom Partner Oster-

Fotos: Raps; Maurer-Atmos Middleby, Schrutka-Peukert



mühlen, Spezialist für Premiumfleisch aus eigener, artgerechter Tierhaltung. Zudem berät der Ladenbauprofi hinsichtlich Bildschirmen an der unteren Thekenfront. **Halle 12.0, Stand C11**

allfo
Vakuumverpackungen

CLEAR EXPERTISE IN

VACUUM BAGS

KLARE KOMPETENZ IN SACHEN **VAKUUMBEUTEL**



allfo Vakuumverpackungen Hans Bresele KG

Dieselstraße 9 · 87448 Waltenhofen · T + 49 (0)8 31 - 54 05 63-0
info@allfo.de · www.allfo.de



★ ★ ★ ★ ★
LAFINESS
PREMIUM

NEU!

Besuchen Sie uns auf der IFFA 2019!
vom 4. bis 9. Mai 2019
Halle 12.1 C79

Ein Geschmackserlebnis der Extraklasse

...bietet die neue **Lafiness Premium Safran Marinade**. Das kostbarste Gewürz der Welt ist nicht nur ein Genuss für den Gaumen, die goldgelbe Farbe bietet auch etwas für das Auge, gerade in Kombination mit edlen Fleisch- und Fischspezialitäten.

AVO-WERKE · August Beisse GmbH · Industriestraße 7 · D-49191 Belm
Tel. 0 54 06 / 5 08-0 · Fax 0 54 06 / 41 26 · info@avo.de · www.avo.de



VIEL LOB FÜR CARNEO

Inzwischen müsste fast jeder deutsche Innungsfleischer etwas von carneo gehört haben, dem neuen Kundenmagazin des Fleischerhandwerks.

Wer es noch nicht kennt oder sich ausführlich informieren lassen möchte, kann das auf der IFFA tun. Dort stellt die B&L MedienGesellschaft das zusammen mit dem Deutschen Fleischer-Verband (DFV) entwickelte Medienkonzept umfassend vor und steht für Fragen und Anregungen zur Verfügung. „Mittlerweile sind bereits drei Ausgaben von carneo erschienen und bei den ersten Fleischereien im Einsatz“, erklärt Michael Durst, DFV-Vizepräsident, zuständig für das Ressort Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. „Zeit für ein erstes Resümee: Sowohl die Kollegen als auch Leser sind bisher voll des Lobes. Die Mischung aus saisonalen Themen und Rezepten, in einem modern designten und hochwertigen

Fleischer-Kundenmagazin kommt also gut an. Aus meiner Sicht gibt es in der Branche zur Zeit kein monatlich erscheinendes Kundenmagazin, das sich hinsichtlich Inhalten, Design und kreativem Ideenreichtum mit carneo vergleichen lässt und gleichzeitig das Fleischerhandwerk als Marke so stark in den redaktionellen Fokus rückt. carneo verfolgt damit unsere derzeit wichtigste Aufgabe, das Image des Fleischerhandwerks effektiv und nachhaltig zu stärken. Wir sind deshalb zuversichtlich, dass immer mehr Mitgliedsbetriebe sich für carneo als ihr Kundenmedium entscheiden werden.“



Michael Durst,
DFV-Vizepräsident

online.de regelmäßig aktualisierte zusätzliche Informationen. Laut Joachim Mantz, für carneo zuständiger Marketingmanager, ist aber „das Herzstück die permanent wachsende Rezeptdatenbank mit praktischen Funktionen. Zutatenmengen werden z. B. automatisch auf unterschiedliche Portionsmengen umgerechnet oder die Zutaten lassen sich als Einkaufsliste abhaken. Damit bietet carneo-online

Verbrauchern und Lesern einen zusätzlichen Mehrwert und gibt uns die Möglichkeit, carneo & Co. auch auf Instagram zu etablieren.“ Damit die Mitgliedsbetriebe unmittelbar von den Webseiten profitieren können, ist ein Contentdienst geplant mit dem Inhalte der Website direkt in die Homepages der Fleischereien eingebunden werden können. Das Kundenmagazin kann nur von Innungsbetrieben des DFV zur Information eingesetzt werden. Innungsfleischereien erhalten weitere Infos unter Tel. (02103) 204-444, oder per Mail an info@carneo-online.de, www.blmedien.de/carneo.

Halle 12.0. Stand D28



Revolution beim Marinieren

Auf 350 m² Messestand präsentiert die **Moguntia Food Group** ihre Marken Indasia, Moguntia, Haya4you und Fleischer. Die neue Range Liquid Spice vereint die Vorteile aus Trocken- und Nasswürzung. Sie veredelt hochwertiges Fleisch statt es zu überdecken und ist für FlatSkin®-Verpackungen (Marke Sealpac) geeignet. Fleischqualität bleibt sichtbar. „Wir empfehlen eine Zugabemenge von 50 g auf 1 kg Produkt“, sagt Verkaufsleiter Jörg Hecker. Aus der geringen Zugabemenge und Zutaten wie Trüffel, Kräutern, geräucherter Paprika oder Whiskey ergeben sich viele Vorteile: kein Aussaften, keine Fettschicht, kein Tropfen und damit geringere Gefahr von Grillbrand, nachhaltig durch weniger Wareneinsatz, Ressourcenschonung und geringer Transportaufwand. Gestartet wird mit zwölf Sorten. Neben Klassikern wie Asia, Canadian, Curry und Paprika gibt es die neuen Geschmackstrends Picobello, Whiskey-Western und Speculoos. Palmfett, Hefeextrakt, hydrolysiertes Pflanzeiweiß und synthetische Aromen sind nicht enthalten.

Halle 12.1, Stand C10



ERP für Fleischereien

Lösungen zur Digitalisierung und Automatisierung stehen bei **CSB-System** im Fokus. Der Branchenspezialist präsentiert drei ERP-Varianten: Basic ERP für kleinere Betriebe und Metzgereien, Factory ERP

für die Produktionswerke von Unternehmensgruppen und die Komplettlösung Industry ERP. CSB Basic ERP ist auf die Bedürfnisse von Fleischereien ausgelegt. Alle Daten mit Geschäftspartnern werden elektronisch ausgetauscht und Prozesse präzise abgebildet. Rückverfolgung und Herkunftssicherung sind lückenlos dargestellt, Aufträge einfach digitalisiert. Die Software wird von Experten des Unternehmens in rund zwei Wochen implementiert – ohne Sonderprogrammierungen und aufwändige Systemanpassungen. Auch eine Nutzung in der Cloud ist möglich. Ein eigener Server sowie eigenes IT-Personal entfallen. **Halle 11.1, Stand B81**

Fotos: Raps, CSB-System, Victorinox

Ergonomisch schneiden

Die Fibrox Dual Grip-Schlacht- und Ausbeinmesser von **Victorinox** sind für den professionellen Einsatz in der Fleischverarbeitung konzipiert. Die Zwei-Komponenten-Griffe mit ergonomischer Form liegen gut in der Hand und stützen diese sowie das Handgelenk. Die rostfreien Stahlklingen aus der Schweiz gleiten mühelos durch das Fleisch. Die Messer sind in vier Ausführungen als Ausbeinmesser mit Klingenslängen von 12 bis 15 cm lieferbar. Die beiden Schlachtmesser der Serie verfügen über Kullenschliff-Klingen mit 20 und 25 cm Länge.

Halle 9.0, Stand C31



BESUCHE UNS:
Halle 12.0/Stand A10



Frankfurt am Main
04.-09.05.2019

WEIL JEDES
DETAIL
ZÄHLT!

DEIN PRODUKT. DEINE KUNDEN. DEIN ERFOLG.



SPEZIALITÄTEN BZW. PRODUKTE AUS DEM FLEISCHERHANDWERK ÜBERZEUGEN KUNDEN



BESONDERS, WEIL...



„... auf regionale Bedürfnisse reagiert und damit ein hohes Maß an Kundennähe geschaffen wird. Gleichzeitig stärkt das Handwerk das Vertrauen des Kunden in ein hochqualitatives Produkt, das mit Kreativität und Leidenschaft verarbeitet wird.“

Andreas Bruns, Geschäftsführer Operativer Vertrieb, Vemag Maschinenbau

„... sie folgende Werte verkörpern: traditionelle Verarbeitung, Ursprünglichkeit, Regionalität und Nachhaltigkeit, Vertrauen sowie einen persönlichen Bezug zum Metzger.“

Patrick Kollhorst, Fachberater, Frutarom Savory Solutions



„... deutsche Handwerkskunst, Regionalität und Produkte in denen Herzblut steckt immer noch gefragt sind und auch in Zukunft sein werden. Mit speziell für das Fleischerhandwerk konzipierten Verpackungslösungen werden wir weiterhin als zuverlässiger Partner für das Handwerk tätig sein.“

Nathalie Bonk-Kleinschmidt, Marketing, Webomatic



„... es hier möglich ist, Produkte auf den Teller zu bringen, die – von der Natur in höchster Qualität zur Verfügung gestellt – mit modernster Technik zu hochwertigen Lebensmitteln verarbeitet werden.“

Manfred Beck, Geschäftsführer, Beck Gewürze & Additive



„... sie qualitativ hochwertig und wie hausgemacht schmecken können. Wir unterstützen die Fleischereien mit einer breiten Palette an Spritzmitteln, Würzungen und Marinaden, die einfach in der Handhabung sind und geschmacklich überzeugen.“

Holger Höfer, Fachbereichsleiter Fleischerhandwerk und Food Service, Raps

„... dem Kunden gerade im Bereich Lebensmittel mehr denn je das Thema Transparenz wichtig ist. Nicht zuletzt auf Grund der vielen Skandale aus den vergangenen Jahren wünscht sich der Kunde Sicherheit und möchte wissen, woher seine Lebensmittel kommen und wie sie verarbeitet wurden. Genau hier kann das Fleischerhandwerk punkten. Fleischereien sind heute auch Berater, die authentische und nachhaltige Produkte herstellen und verkaufen, die meist aus der Region stammen. Friedr. Dick versteht sich seit Jahrzehnten als Partner des Handwerks und begrüßt den leichten Aufschwung des Handwerks sehr.“

Steffen Uebele, Geschäftsführer, Friedrich Dick



„... der Kunde neben handwerklicher Qualität auch regionale Herkunft und persönliche Beratung erwarten darf.“

Gerd Kunkel, Vertriebsleiter Deutschland, A. Handtmann Maschinenfabrik



Global und lokal

Unter dem Motto „360° VISION“ steht der Messeauftritt von **Van Hees**. Das Angebot ruht auf vier Säulen und ist ein Zeichen für die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Die Säule 1 ist das Competence Center Food.PreTect, das maßgeschneiderte Kundenlösungen entwickelt. Die Säule 2 ist die neue Reifekultur Primal® SK Royal Rapid M für langzeitgereifte Rohwurst bei der ausgewählte Hefen in einer Nährbouillon die typischen Geschmackskomponenten entwickeln. „Tasty Texture“ ist die dritte Säule mit den Produkten Prallo® Protein Tech, Schinko® Universal und Prallo® DWS Tech, die zu mehr Produktsicherheit und Effizienz beitragen. Bei der vierten Säule aus dem Bereich Ethnic Food liegt der Fokus auf dem stetig wachsenden Markt für Döner und Halal-Produkte. **Halle 12.1, Stand B20**

Verschiedene Schalenformate

Am Messestand zeigt **Webomatic** unter anderem den halbautomatischen Traysealer TL 250, der durch die Spezialisierung auf kleine bis mittlere Chargen günstige und professionelle Schalenverpackungen bei einer maximalen Schalenabmessung von 400 x 300 mm ermöglicht. Praktikabel für die Heiße Theke und verschiedene Schalenformate: Das Siegelwerkzeug der Maschine ist jederzeit einfach und schnell ohne zusätzliche Hilfsmittel wechselbar. Auf Wunsch werden die einzelnen Schritte des Werkzeugwechsels Schritt für Schritt im Bedien-Display angezeigt und angeleitet, sodass auch ungeschulte Mitarbeiter schnell und sicher Formatwechsel durchführen können. Alle handelsüblichen und siegelfähigen Schalen wie Aluminium, Karton, Plastik (PP, PS, A-PET, airPET®, etc.) können darauf verarbeitet werden. **Halle 11.1, Stand B40**



Neue Hygiene-Maßstäbe

Hygienische Sicherheit und Effizienz verspricht **K+G Wetter** bei den Maschinenlösungen, die am Stand vorgestellt werden. Im Praxiseinsatz bewährt hat sich etwa der innovative „Easy Access“ an den neu entwickelten Winkelwölfen E 130 / G 160. Die großzügige Öffnung

ermöglicht einen direkten Zugang zum Wolftrichter. Für ein hohes Maß an Hygiene wurde zudem die manuelle und pneumatische Sortiereinrichtung an den Wölfen und Mischwölfen optimiert. Diese führt Hartanteile seitlich ab und ist innerhalb von Sekunden ein- und wieder ausgebaut. Als Neuheit verfügt der Automatenwolf AW K 280 über ein optimiertes Gegenlager an der Zubringerschnecke, das mit Scharnieren am Maschinenkorpus befestigt ist. Anstatt das Gegenlager abzunehmen, kann es so leicht und werkzeuglos geöffnet werden. Zum Reinigen wird die Zubringerschnecke einige Zentimeter nach vorne gezogen. Eine intern verbaute Reinigungsdüse säubert die Schneckenaufnahme automatisch. **Halle 8.0, Stand D96**

Fotos: Van Hees, Webomatic, K+G Wetter

MIVEG

SMART SKEWER SYSTEMS

Stick System 480

STICK SYSTEM 480



Hähnchen-Gemüse-Spieß

Professionelles
Spieß-System für

mehr Umsatz an der Theke.



Bis zu 480 Schaschlik- oder Wellenspieße pro Stunde.

Für Fleisch, mariniert oder natur. Für Speck, Gemüse oder Bratwürstchen – mit dem Stick System 480 schaffen Sie bis zu 480 verkaufsfertig gesteckte Spieße je Stunde.

Speck-Bohnen-Spieß



Fleischspieß



Besuchen Sie uns auf der IFFA
4-9.05.19 · Halle 9.0 · Stand A22

MIVEG GmbH · Am Sandfeld 17 · D-91341 Röttenbach
Tel: 091 95 / 94 11 210 · Email: info@miveg.de

FREY
Maschinenbau

**WIR SIND IMMER
FÜR ÜBERRASCHUNGEN GUT!**



*Wir haben viel
neues zu bieten,
lassen Sie sich
überraschen.*

IFFA

Besuchen Sie uns!
Messe Frankfurt
04.- 09. Mai 2019
Halle: 8.0
Stand: D44/E39

Heinrich Frey
Maschinenbau GmbH
89542 Herbrechtingen
Telefon: +49 7324 1720
info@frey-maschinenbau.de
www.frey-maschinenbau.de



Schonend schneiden

Der CB 435/4E Horizontal-Vertical-Cutter HVC von **Nock** verfügt über ein Rundmesser-Schneidemodul für vertikale Schnitte und ein vorgeschaltetes Modul für den horizontalen Schnitt. Mit einem optionalen Separationsband lässt sich die obere Scheibe wahlweise getrennt abführen, während die untere Scheibe weiterläuft und, wenn gewünscht, in der Rundmesser-Schneideinheit zu Streifen geschnitten wird. Ihr schonender Betrieb macht die kompakte Maschine z. B. für das Schneiden von Geschnitzeltem oder von Minutenschnitzeln aus Hähnchenbrustfilets interessant. Ebenso auf der Messe: die Gatter-Schneidemaschine MBC 430 für kleine Messerabstände und/oder empfindliche (z. B. gekochte oder gegarte) Produkte oder diverse Entschwartungs- und Enthäutungsmaschinen. **Halle 8.0, Stand E48**



Därme mit Geschmack

Die Sun Flavor X-Därme mit Fruchtextrakt-Depot von **SPM *Sun Products** steigern Produktionssicherheit und -effizienz bei gleichzeitiger Minimierung von Gewichtsverlusten. Sie übertragen sowohl Farbe als auch Geschmack auf das Endprodukt. Neben dem im Markt etablierten X200 gibt es nun die neuen Varianten X190 und X200 Oilfry. Beide bieten eine neue Optik und ein außergewöhnliches Geschmacksprofil. Die Kräuter und Gewürze beim Sun Flavor Gourmet-Darm sind naturrein; es werden keine Aromen und Füllstoffe verwendet. Er bietet in einem automatisierten Füll- und Clipprozess eine gleichmäßige Dekorummantelung der Produkte. Die Sun Smoke Cas-Hochbarriere-Därme mit CleanSmoke-Depot übertragen Rauchgeschmack und -farbe in einem Schritt und verleihen den Produkten längere Haltbarkeit ohne Gewichts- und Geschmacksverlust. Die Därme gibt es von Kaliber 28 bis 217 mm in transparent und in allen gängigen Farben. **Halle 12.1, Stand D79**



Platzsparende Händereinigung

Eine der IFFA-Neuheiten von **Kohlhoff Hygienetechnik** ist das Mehrplatz-Hand-Hygiene-center WR-ECO SWTD. Die platzsparende Lösung für die hygienische Händereinigung und -desinfektion kann mit bis zu vier Waschplätzen ausgestattet werden. Jeder dieser Plätze verfügt über Wasserauslauf, Seifenspender, Hochgeschwindigkeits-Händetrockner und Desinfektionsmittelspender. Die in die abschließbare Kopfblende integrierten Komponenten werden ebenso wie der Wasserauslauf ausschließlich

berührungsfrei über Sensoren aktiviert. Die Händetrocknung erfolgt zuverlässig in ca. 15 Sekunden. Um Flüssigseife oder Desinfektionsmittel austauschen oder nachfüllen bzw. Wartungs- oder Einstellarbeiten ausführen zu können, kann die Kopfblende entriegelt und aufgeklappt werden. Optional erhältlich sind etwa eine Wasser- und Stromversorgung von oben, Anti-Legionellensteuerung sowie Unterschränke. **Halle 9.1, Stand C71**



Nachhaltiger Arbeitsschutz

Neben der Premiere von biologisch abbaubarer Einwegbekleidung unter der Marke **NatureStar** stellt **Franz Mensch** den Anti-Rutsch-Handschuh Power Grip sowie weitere Schnittschutz-Handschuhe vor. Die Einwegschürzen und -Handschuhe bestehen aus dem kompostierbaren Bio-Kunststoff PLA/PBAT, einem zu 100 % biologisch abbaubares Copolymer, der für den Direktkontakt mit Lebensmitteln geeignet ist. Das Geheimnis von Power Grip ist eine spezielle Anti-Rutsch-Struktur auf der Innenseite. Der Handschuh eignet sich für die Arbeit mit öligen oder fettigen Nahrungsmitteln. Damit geht die Arbeit zügig und zeitsparend vonstatten. Zugleich sinkt das Verletzungsrisiko, da Arbeitsgeräte sicher in der Hand liegen. Das Sortiment an Schnittschutz-Handschuhen reicht von tastsensiblen Modellen für die messerführende Hand bis hin zu starken Ausführungen für die das Schnittgut haltende Hand. Alle erfüllen die Schnittschutzklasse 5 und sind nach der neuesten EN 388 zertifiziert. **Halle 9.0, Stand F32**





KERRES

anlagensysteme

Größte Leistung auf kleinstem Platz!

Ihr kompetenter Partner für Räucher-Koch-, Klima- und Reifetechnik, für Intensivkühlsysteme sowie für Rauch- und Kutterwagen-Waschanlagen und Durchlaufwaschsysteme.

Manfred-von-Ardenne-Allee 11
D-71522 Backnang
Fon +49 (0) 7191 - 91 29-0
www.keres-group.de info@keres-group.de

The fine art of smoking

Wir freuen uns auf Ihren Besuch auf der IFFA in Frankfurt/M. vom 4.-9. Mai 2019 in Halle 8, Stand E34!

Prozesse optimieren



Auf über 1.400 m² zeigt Vemag Maschinenbau innovative Produktionslösungen mit einem Fokus auf Automatisierung und Prozessoptimierung.

Foto: Vemag Maschinenbau

Mit zahlreichen Maschinen und Vorsatzgeräten, demonstriert in Live-Vorfürhrungen, werden ebenso neue wie innovative Lösungen für das Füllen, Formen, Portionieren und Abdrehen sowie Wolfen, Separieren, Ab- und Einlegen gezeigt. Die Fleisch- und Wurstverarbeitung steht dabei ebenso im Fokus wie die Bereiche Convenience und Petfood. Ein weiteres Highlight ist das Thema Alginat als vegane Alternative für traditionelle Darmarten. Mit dem Längenportioniergerät LPG218, der Ablegeeinheit Linkloader LL335 für nicht thermisch behandelte Würstchen und zahlreichen neuen Lösungen zur Linienflexibilität präsentiert sich das Unternehmen als idealer Partner für die fleischverarbeitende Branche. Der modulare Aufbau der Linien bietet ein hohes Maß an Flexibilität und Anpassung an die speziellen Bedürfnisse des

Kunden. Die Gewichtsgenauigkeit der Endprodukte und die Zuverlässigkeit der Maschinen garantieren laut Unternehmen erstklassige Produktionsbedingungen und gewährleisten für den Kunden Vorteile in der täglichen Anwendung. Eine geringe Personaldecke und erhöhte Hygieneansprüche bilden oft Hürden im fleischverarbeitenden Gewerbe, in dem es auf Geschwindigkeit bei gleichzeitiger Portionsgenauigkeit ankommt. Die vom Unternehmen weiterentwickelte Automatisierung der Produktionslinien ermöglicht hier bedingungslose Prozessoptimierungen sowie verbesserte Hygienestandards. Durch vollautomatisierte Produktionslösungen können Produkte mit hoher Geschwindigkeit und exakter Gewichtsgenauigkeit weiterverarbeitet werden – maßgeschneidert auf die Bedürfnisse der Kunden. **Halle 8.0, Stand B06**

ANZEIGE

Marktgerecht verpacken

Das familiengeführte Maschinenbau-Unternehmen

WEBOMATIC

aus Bochum zeigt

auf der IFFA sowie

während einer VIP-Tour

dort bewährte

Verpackungsmaschinen.



Regionalität, saisonale Ware und handwerkliche Besonderheiten lassen sich noch deutlicher mithilfe der Verpackung vermarkten. WEBOMATIC bietet für die besonderen Bedürfnisse des Handwerks Lösungen in Beutel, Schrumpfbeutel, Tiefziehschalen und vorgefertigten Schalen, sowie Tiefziehschrumpferpackungen und Skin-Verpackung an. Die Doppelkammermaschine **duoMAT 650** sorgt über die intelligente Steuerung IGT-premium mit glattem Slider-Bedienrad für eine intuitive Bedienung. Ihre Funktionen un-

terstützen die Verarbeitung sensibler Fleischprodukte wie Fleischbrät und begleitender Feinkost wie Mayonnaise und Soßen. Die Maschine verfügt über drei Vakuumregelungen und ein Intervallvakuum, einen absolut messenden Sensor für Vakuum, MAP und Soft-Air sowie verschiedene Dichtigkeitstests. Alle Siegelleisten lassen sich werkzeuglos entfernen. So ist eine hygienische Reinigung bis in den letzten Winkel möglich. Als Einstieg in die Tiefziehverpackung eignet sich die **Tiefziehmaschine ML-C 2600** (3,7 m), die zügig und kosteneffizient verpackt. Auch

dünne Folien, um Materialeinsatz zu sparen, oder recyclefreundliche Folien, können verarbeitet werden. Die Maschine verarbeitet alle Weich- und Hartfolien (PA/PE, PET, PVC, PP, PS) bis 422 mm Breite, Abzugslänge bis 300 mm und Tiefzug bis zu 130 mm. Dazu zählt auch die Integration mit automatischen Codier- und Etikettiersystemen. Dank der intelligenten Steuerung, die auch eine Fernwartung zulässt, werden ergänzende Systeme mit der Maschine synchronisiert und ermöglichen einen reibungslosen Verpackungsprozess. **IFFA: Halle 11.1, Stand B 40**

Nach einigen Stationen landauf landab ist Simon Claßen wieder im Familienbetrieb, der Fleischerei Claßen in Jülich, angekommen. Hier berichtet er über ein spannendes Jahr 2018.



Tiefen des Bayerischen Waldes in den „Stoi“, wo ich Ludwig „Lucki“ Maurer bei Events über die Schulter schaute. Ich begann die Arbeit in der Küche immer mehr zu lieben und erkundigte mich bei Alexander Wulf (Burgstuben Residenz, Randerath), einem lokalen Sternekoch, nach einer Praktikumsstelle. Durch die Arbeit bei Rainer und Alex wollte ich unseren Kunden zeigen, dass auch ein Sternekoch ab und an mit unserem regionalen Longhorn-Fleisch arbeitet. Bei dem Hype um US-Beef & Co. denkt so mancher schon fast in Deutschland erzeugtes, regionales Fleisch sei minderwertiger. So kommen wir zu Heiko Brath (Fleischer- und Grillmeister, Fleisch-Sommelier und Macher), meiner bisher letzten Station. Er ist bundesweit für tolles Fleisch und eine grandiose Vermarktung, Veredelung und vor allem für seine „Alte Wutz“ bekannt. Vor meiner 3 ½-monatigen Zeit in Karlsruhe war mir kaum bewusst, was für tolle Gerichte man am Grill zaubern kann. Erst bei seinen Veranstaltungen mit Grillmeistern wie Tom Heinzle und den Jungs von „Grill-on-fire“ wurde mir diese Kunst bewusst. Ich bekam Einblicke in Verkauf, und Produktion und durfte an tollen Events teilnehmen. Weitere Stationen waren das „Trüffel-jagd Lab“ (Berlin) sowie ein Tagespraktikum bei David Pietralla (Burggrafräu), der mich tiefer ins US-BBQ und die Welt der Steaks einführte.

AUF DER WALZ

Der heute 25-Jährige lernte in der Fleischerei Bayer in Aachen und wurde Innungssieger, wurde 2017 als Meister des HBZ Münster mit dem Preis der Sparkasse für hervorragende Leistungen geehrt und bildete sich dann an der Fleischerschule Augsburg zum Fleisch-Sommelier und Ernährungsberater im Fleischerhandwerk weiter. Zudem engagiert er sich bei der NGO Butchers Manifesto sowie in den Vereinen „Fleischerhandwerk – Wir sind anders“ und Fleischsommelier Deutschland. Der Netzwerkgedanke treibt ihn an.

Wie kamst Du auf die Idee als „reisender Fleischermeister“ in anderen Betrieben Erfahrungen zu sammeln?

Entstanden ist der Plan beim Inspirations-Event „Trüffeljagd“. Dort lernte ich viele interessante Leute kennen, die Fleisch auch eine besondere Wertschöpfung gaben. Ich testete ihre Spezialitäten und von Stunde zu Stunde wurde

mir mehr klar, wie wichtig der Erfahrungsaustausch ist und wie interessant es sein muss, von anderen zu lernen. An einem Abend zeigte mir jemand aus der Gruppe Jack Matussek, einen texanischen Metzger, der durch die Welt reist und bei coolen Fleischern und Köchen arbeitet. Ich war beeindruckt und dachte: So etwas willst du auch machen bevor du fest in den Betriebsalltag im elterlichen Betrieb eingebunden bist.

Welche Stationen lagen auf Deinem Weg und wie lange warst Du bei wem?

Nach der Ausbildung arbeitete ich eine Zeit lang im elterlichen Betrieb, wo ich einiges von meinem Vater und unseren Kollegen lernte. Meine erste anderweitige Erfahrung machte ich beim Bio-Spitzenkoch Rainer Hensen (Genussschule Randerrath), der mir zeigte wie man Fonds, Braten und Soßen herstellt. Er liebt die badische und die mediterrane Küche sowie regionale Speisen. Als nächstes ging es in die

Was waren Deine wichtigsten Erfahrungen? Welche sind im eigenen Betrieb umsetzbar?

Ich habe gemerkt, dass die Selbstvermarktung und Alleinstellungsmerkmale immer wichtiger werden und damit verbunden auch das Storytelling. Wenn man tolle Lebensmittel anbietet, muss man auch darüber sprechen. Ich war live bei Grill- und Kochkursen dabei und denke, ich bin nun in der Lage selbst tolle Kurse anzubieten. Zudem habe ich neue Erkenntnisse in der Produktveredelung erlangt. Sehr wichtig



2



3



4

- 1) ... beim Fleischexperten Lugwig „Lucki“ Maurer
- 2) ... bei Grill-Profi und Metzgermeister Heiko Brath
- 3) ... beim Tranchieren edler Fleischstücke
- 4) ... beim Sterne Koch Alexander Wulf

fand ich auch die Ausweitung meines Netzwerks und den Austausch unter Kollegen über aktuelle Themen der Fleischwirtschaft. Zu guter Letzt ist es auch interessant die Arbeitsorganisation und den Ablauf anderer Unternehmen kennenzulernen.

Warum würdest Du anderen Nachwuchskräften eine solche „Reise“ empfehlen? Welche Bedingungen müssen dafür erfüllt sein?

Unser Handwerk stellt sich neu auf. Es gibt

eine große Bandbreite möglicher Standbeine und immer mehr interessierte Verbraucher, die sich mit dem Thema Fleisch auseinandersetzen. Ich bekam durch die Walz interessante Kontakte und Angebote. So erhöht man durch Wissensgewinn und Erfahrung seinen Marktwert. Am allerwichtigsten war der Wissenszuwachs, da ich mich nach Meister und Sommelier noch nicht komplett gefühlt habe und einige Erfahrungen fehlten. Man sollte breit geschult sein. Zu den Bedingungen: of-

fen, freundlich und respektvoll auftreten und Leute gezielt ansprechen. Zudem muss man motiviert sein und Bock darauf haben. Man sollte die Arbeit nicht scheuen und die Augen offen halten. Manchmal sind es kleine Handgriffe, die viel ausmachen. Auch schriftliche Notizen am Tagesende festzuhalten ist gut. Gewisse Vorkenntnisse sind nötig damit der Arbeitsalltag nicht zu sehr aufgehalten wird. *mtH*
Vielen Dank für das Gespräch und weiterhin viel Erfolg! www.fleischerei-lassen.de

Fotos: Simon Claßen

Lösungen für Handwerk und Industrie



Schlaufenknotmaschine E85-2
zum Aufhängen von Fleischstücken. Mit Rauchstockanlage direkt auf den Rauchspieß aufhängen.



Netzeinziehgeräte RSM
Rationelles Befüllen in Netze oder Därme. Ideal für Rollbraten und Schinken. Mit dem Folienvorsatzgerät kann in Netze essbarer Folie verarbeitet werden. Passend dazu unser Netzraffgerät.



Fleischbindemaschinen
für Ihre Fleischprodukte. Auch als Automatikausführung erhältlich. Perfektes Binden leicht gemacht.



Bandsägen für Handwerk und Industrie
Perfekt für Fleisch, Fisch, Geflügel, Knochen. Als Tisch- oder Standmodelle erhältlich.



Messerschleifmaschinen
Weil's scharf sein soll. Naßschliff oder Trockenschliff. Sie haben die Wahl!



Rudolf Schad GmbH & Co. KG

Schulstraße 7 • 36154 Hosenfeld • Telefon (0 66 50) 96 21-0 •
Telefax (0 66 50) 96 2198 • info@r-schad.de • www.r-schad.de

Besuchen Sie uns auf der IFFA, Halle 9.0 • Stand A16

LEASING TO-GO

Ein intelligentes Portal hilft Unternehmen bei kleineren und mittleren Leasing-Investitionen.

Wer als Unternehmen auf Leasing oder Finanzierung setzt, steht vor zahlreichen Herausforderungen. Der Markt der Leasinggesellschaften und -anbieter ist groß und für viele Unternehmer unüberschaubar. „Insbesondere bei kleineren Anschaffungen zwischen 1.000 und 50.000 Euro setzen große Leasinggesellschaften gar nicht erst an. Dabei benötigen auch kleine und mittelgroße Unternehmen hochwertige und moderne Fertigungsmaschinen oder leistungsfähige EDV“, weiß Thorsten Lewandowski, Geschäftsführer dlb Die Leasing Beratung, und erläutert: „Im Idealfall läuft bei uns der gesamte Abwicklungsprozess für Leasingnehmer und Lieferanten ohne eigenen Aufwand ab. Um dies zu ermöglichen, haben wir das Portal ‚Leasing2go‘ entwickelt, mit dem Leasing für beide Seiten zur angenehmen Finanzierungsmethode ohne Aufwand wird.“

JEDER SCHRITT TRANSPARENT

Suchen Geschäftsführer selbst nach einer geeigneten Leasinggesellschaft, gestaltet sich das oft mühselig, da sich verschiedene Leasinggesellschaften stark voneinander unterscheiden, unterschiedliche Strategien und Schwerpunkte haben. Hier setzt „Leasing2go“ an. Dessen Nutzer greifen mit nur einer Anfrage auf viele Anbieter zu. Nötig sind dazu im ersten Schritt nur die Angaben zur gewünschten Ware sowie zum Lieferanten. Anschließend wählen Leasingnehmer mit einem Klick

das gewünschte individuell angepasste und freibleibende Angebot. Nach einem weiteren Klick setzt sich dann das Vermittlungsgesuch in Gang. „Die Prozessabwicklung geht mit ‚Leasing2go‘ so schnell, da alle Prozesse automatisiert ablaufen. Nur notwendige Bestätigungen, wie etwa die Auswahl der Leasinglaufzeit, müssen durch den Interessenten getätigt werden. Bis zur Erteilung eines Vermittlungsauftrags brauchen Unternehmer nicht einmal eine Minute, wenn alle erforderlichen Daten vorliegen“, erklärt der Leasingexperte. Nach der Erteilung des Auftrags beginnt der

Im Profil

dlb Die Leasing Beratung ist Experte im Bereich Leasing, Beratung und Abwicklung. Dabei spezialisiert sich das 2005 gegründete Unternehmen auf Nischenmärkte mit Anschaffungswerten zwischen 1.000 und 150.000 Euro. Es bietet zusätzlich zum Leasing auch Mietkauf und andere Finanzierungsmodelle an, agiert dabei als Makler für Leasinggeschäfte und tritt als Vermittler zwischen dem Lieferanten und der Leasinggesellschaft sowie zwischen Lieferanten und Leasingnehmer auf. Neben persönlicher Beratung arbeitet es mit einer eigens entwickelten App und einem Online-Portal, über die Händler und Hersteller die Prozessschritte eines Leasingprojektes jederzeit aktuell abrufen können.



Suchprozess nach der passenden Leasinggesellschaft. Ob Interessenten Maschinen, Hochregallager oder Gabelstapler erwerben möchten, mit „Leasing2go“ wird die passende Leasinggesellschaft für die Investition automatisch gefunden. „Im Fall einer Anfrage für eine Verpackungsmaschine wird dlb Leasinggesellschaften ansprechen, die solche Maschinen akzeptieren. So erhalten Interessenten in unserem Portal nur Angebote von Leasinggesellschaften, die sich auf die angefragten Objekte und Anschaffungswerte spezialisiert haben. Nutzer erhalten so eine bessere, genau abgestimmte Leasinglösung“, erklärt Thorsten Lewandowski. Im Portal von dlb können Kunden den Status ihres Auftrags einsehen oder alte Aufträge aus dem Archiv jederzeit wieder aktivieren, wenn etwa das zuvor geleaste Modell ersetzt werden muss. „Dank unserer Automatisierung werden bei jeder Anfrage stets die aktuellen Preise angezeigt“, bemerkt Thorsten Lewandowski. Auch alle Lieferanten behalten Nutzer von „Leasing2go“ mit dem Portal gesammelt im Blick. Natürlich können Unternehmer auch alle Dokumente, die für eine Bearbeitung von Leasinganfragen wichtig sind, z. B. die Ausweiskopie oder Finanzunterlagen, griffbereit im Portal speichern. Das vereinfacht die Bearbeitung von Leasinganträgen und spart Zeit – egal ob Nutzer häufig oder selten leasen oder ob eine bzw. verschiedene Leasinggesellschaften adressiert werden. www.leasing2go.de

GESCHMACK IST TRUMPF.



ohne
Fessmann



Von wegen „schmeckt nach Pappe“!

Als führender Hersteller von High-Tech Anlagen zum Räuchern, Kochen, Braten, Backen und Kühlen dreht sich bei uns alles um den besten Geschmack.

Wenn auch Sie Ihre Kunden mit noch besserem Geschmack begeistern möchten und auf robuste und leicht zu bedienende Technik stehen, dann informieren Sie sich jetzt online auf www.fessmann.com



Räuchern, Kochen und Trocknen in Perfektion

Das Handwerk setzt auf den Fessmann Turbomat T3000



T3000 für 3 Rauchwagen

Minimale Gewichtsverluste, schnelle Prozesszeiten, niedrige Wartungs- und Betriebskosten:
Die T3000 von FESSMANN ist eine der erfolgreichsten Universalanlagen weltweit. Mit ihr gelingt es, hohe Stückzahlen von bester und gleichbleibender Qualität möglichst kosteneffizient zu produzieren – und damit die Herausforderungen moderner Metzgereibetriebe souverän zu meistern:

- Komplett aus Edelstahl, niedrige Bauhöhe
- Automatische Reinigungshilfe serienmäßig
- TRIPLEX-Isolierung ohne Wärmebrücken
- Optional mit Klimapaket für optimale Reifung
- Modulare Bauweise für bis zu 6 Wagen
- FOOD.CON Steuerung für reproduzierbare Ergebnisse
- Mit allen Raucherzeugern der RATIO-Familie kombinierbar
- Stufenloses Umwälzgebläse für einheitliches Räucherklima in der gesamten Anlage und beste Räucherergebnisse

AUS ALLER WELT

Mit den ersten Sonnenstrahlen wächst nicht nur die Lust aufs Grillen, sondern auch die Suche nach neuen Geschmacksimpulsen. Grundsätzlich wünschen sich die Verbraucher eines: Abwechslung.

Die Tage werden wieder länger, die Abende milder – erste Sonnenstrahlen locken Grillfans nach draußen. Aber das Grillerlebnis wird bekanntlich nicht nur von der Qualität des Fleisches, sondern insbesondere von dessen Würzung beeinflusst. Bei kaum einer anderen Produktgruppe wird so viel probiert wie bei den Grillartikeln. Neben den Klassikern wie Salz und Pfeffer gibt es viele verschiedene Marinaden, egal ob flüssig, trocken oder ölig, sowie Gewürzmischungen. Gerade deshalb müssen Fleischereien aktuellen Trends nachgehen. „Mit kreativen Spezialitäten zur Grillzeit können Fleischereien durch regionale Wertschöpfung punkten und sich vom Wettbewerb aus der industriellen Herstellung abgrenzen“, sagt Martin Jansen, nationaler Verkaufsleiter und Prokurist bei der *Moguntia Food Group*. „Besonders wird das Augenmerk auf verschiedene Rindfleischsorten sowie Cuts und Würzungen gelegt. Bei Rindfleisch ist jeder vorsichtig beim Würzen. Der eine würzt, bevor es auf den Grill kommt, der andere danach“, betont Manfred Beck, Inhaber von *Beck Gewürze und Additive*. Er bietet mit „Beef Brilliant“ eine Lösung mit saftigem Ergebnis an. Die Marinade ist transparent und wirkt neutral auf den Verbraucher. Nur die klassischen Gewürze wie Salz, Pfeffer und Zwiebel kommen zum Vorschein.

AMERICAN STYLE

„Die komplette Bandbreite des American BBQ erfreut sich aktuell großer Beliebtheit“, weiß Thomas Wagner, Manager Artisan bei *Hagesüd Interspace Gewürzwerke*. „Ob in den Varianten herzhaft und rauchig oder in der süßlichen Note – ein Trend, der sich über die vergangenen Jahre auch in Deutschland zunehmend etabliert“. Dieser Anbieter startet mit der Marinade Mariniersoft Kentucky Bacon und dem Seminar Beef Cuts & American BBQ in die neue Saison. Die Marinade kennzeichnet ein rauchiger Bacon-Zwiebelgeschmack, kombiniert mit Paprika und Meersalz.

Raucharomen sind beim Grillen zeitlos angesagt. Hier bieten sich z. B. auch die Chipotle-Chili-Flocken von *Ubena* an. „Die Flocken sind flexibel einsetzbar, wie Pfeffer“, erklärt Christina Sues, Leiterin Marketing und Vertrieb bei *Fuchs Gruppe Foodservice*. Sie liefern neben milder Schärfe ein pikant-rauchiges Aroma.

Wie man natürliche Rauchakzente setzt, zeigt etwa *Tabasco*®, im Vertrieb von *Develey Foodservice* mit der Chipotle Sauce. Würzige Jalapeño Chilischoten werden nach der Ernte drei bis vier Tage ohne künstliches Aroma über Pechholz geräuchert und dann mit weiteren natürlichen Zutaten zu einer Saucen-Kreation verarbeitet. „Sie passt z. B. ideal in Marinaden, die sie sanft ab rundet und macht sich pur hervorragend auf dem Burger oder Steak“, weiß Gary Evans,



▲ Raps
◀ Tabasco



AVO-Werke



Frutarom Savory Solutions



Tabasco

Nützliche Links

www.fuchsgruppe.com, www.ubena.de
www.wendland.eu, www.avo.de
www.frutaromsavory.com, www.wiberg.eu
www.gewuerzmuehlenesse.com
www.raps.de, www.hagesued.eu
www.moguntia.com, www.van-hees.com
www.beck-gewuerze.de, www.tabasco.de



Hagesüd Interspice

Tabasco® Corporate Chef. Auch das neue Spezialöl Magic Smoky Spices von Raps kennzeichnen rauchige Würze und schwebende Kräuter. Für den Geschmack der Marinade sorgen geräucherter Knoblauch, Paprika und Curry sowie schwarzer Pfeffer, Kümmel, Rosmarin und Petersilie. Mit der zweiten Marinade greifen die Kulmbacher das Thema Edelwhiskey auf. Das Würzmittel wird auf Basis von Bourbon Whiskey hergestellt. Weitere Zutaten: Rosmarin, Zimt und Rumaroma. Abgerundet mit Salz, Zucker und schwarzem Pfeffer.

Ebenfalls aus den USA: das Geschmacksprofil Ranch. Ranch Dressing ist ein Würzsauerklassiker. Fix für Ranch Dressing von Wendland Spice & Food harmoniert als Dip z. B. zur Backkartoffel oder zu Grillgemüse und passt sowohl zu gegrilltem Fisch als auch Fleisch. „Einige Kunden werden mit Hilfe eines Smokers große Fleischteile langsam garen wollen“, vermutet Christina Sues. Dieser Trend aus den USA reicht von Beef Brisket über Burnt Ends bis zum Pulled Pork. Wer sich auch hier an der Fleischtheke als kompetenter Akteur positioniert, kann punkten.

FÜR JEDEN ETWAS

Beim Grillen in der Gruppe kommen unterschiedliche Geschmäcker zusammen. Die

einen würden nie auf ihr Steak verzichten, andere essen lieber Pute oder Wurst. Manche mögen keine Paprika und schätzen daher kräuterlastige Marinaden, wie die Lafiness Premium Safran von AVO. Mit Kräutern und Gewürzen, kalt gepresstem Rapskernöl und Meersalz besitzen sie intensive Aromen. Der natürliche Geschmacksveredler Safran wird heute nur noch in wenigen Regionen angebaut, der hohe Aufwand für Pflege, Pflücken und Herauslösen der Safranfäden machen ihn zu einem kostbaren Gewürz.

Fleischereien haben die Möglichkeit, individuell auf die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden einzugehen. Die Wiberg Grillfix Churrasco Trockenmarinade, eine Marke von Frutarom Savory Solutions, ist vollwürzig pikant und ebenfalls um eine leichte Rauchnote ergänzt. Dafür sorgen schwarzer Pfeffer, Paprika, rosa Beeren, geräuchertes Salz und Chili. Das bestehende Grillfix Typ Kräuterbutter wurde überarbeitet und optimiert. Die würzige Mischung mit Kräutern verleiht Grillgut eine feine Butternote. Die Grillfix-Trockenmarinaden lassen sich mit Honig, Joghurt, Milch, Sahne, Sojasauce, Säften oder Limonaden kombinieren. Frischer Bärlauch, junge Zwiebel, zusammen mit einer feinen Knoblauchnote sind die Aromen der Ölmarinade Frischer Bärlauch von Gewürzmühle Nesse.

Für Salate und Dips eignen sich die Saucen und Marinaden von Van Hees. So kann etwa ein Nudelsalat mit dem pikant-scharfen Knoblauch-Paprika-Geschmack der Vantasia® Schlemmer-Sauce Piri Piri oGAF zum Erlebnis. Werden Für würzigen Schaschlik-Geschmack sorgt die Vantasia® Schlemmer-Sauce Pikantessa oG mit Stücken von Zwiebel und Paprika. Spieße und Drumsticks lassen sich hingegen mit der Vantasia-Variante Whisky Gold oGAF mit Scotch Malt Whisky und markantem Raucharoma delikat aufpeppen. Eine Bauchrolle mit Hackfleisch und

Vantasia® Knusperpfeffer oGAF hat auch nicht jeder. Auch Bratwürste lassen sich kreativ veredeln, z. B. als Bratwurst-Salsiccia mit Bombal®, Primal® Chorizo oGAF und Smak® Gourmet oGAF sowie Markland® Fenchel. Für Kunden, die Fleisch lieber pur genießen, können Grillgewürze „to-go“ im Regal nahe der Fleischtheke positioniert werden, etwa Steak Argentina Gewürzsatz, Chimichurri Gewürzzubereitung, Steakpfeffer Texas oder Steak & Grill Gewürzzubereitung von *Ubena*.

Die Familie Beck bietet ein breites Sortiment an SoftFix Marinaden und Grillgewürzen an. „Saisonartikel sollte man nicht unterschätzen. Sie bringen vielleicht nicht immer auf Anhieb den erhofften Umsatz, aber der Kunde merkt, dass sich der Metzger seines Vertrauens Mühe gibt, und sieht anhand seiner bunt bestückten Theke, dass er seinen Beruf lebt“, erklärt Manfred Beck, Inhaber Beck Gewürze & Additive. Manchmal reicht es „dem Kind einen Namen“ zu geben, also einen Klassiker aufzupeppen z. B. mit Knusperzwiebeln oder Bergkäse. Empfehlenswert ist eine schöne, abwechslungsreiche Theke. Dabei sollten es nicht nur Schweinehals oder -rücken und Rinderhüfte sein. Vor allem sollten Geflügelspezialitäten, Lamm oder Kaninchen wieder mehr Bedeutung bekommen, denn Matthias Meyer, Fachberater bei Frutarom, beobachtet noch einen weiteren Trend: die Rückbesinnung auf geschmacklich traditionelle und regionale Besonderheiten aus Omas und Opas Zeiten, „sozusagen ein Retro-regional-Trend“. Bei der Gestaltung des Angebots sind der Fantasie also keine Grenzen gesetzt. Dennoch sollten Fleischereien ihre Klassiker nicht vernachlässigen. *kal*



Zum Start der Grillsaison punkten Fleischereien bei ihren Kunden mit dem Kundenmagazin „Grillen & BBQ Spezial 2019“. Dazu gibt es eine komplette Werbeaktion.

GRILLEN & BBQ SPEZIAL

Dieses ist ein Gemeinschaftsprojekt von B&L MedienGesellschaft, Deutschem Fleischer-Verband (DFV) und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks. Sie wurde exklusiv für den Einsatz in f-Marken-Fleischereien konzipiert. Die Aktion hat sich über Jahre etabliert und wird von Fleischereien separat eingesetzt oder in eigene Grillkampagnen eingebunden. Zentraler Bestandteil ist das Kundenmagazin, das von Fleischereien als besondere Serviceleistung verteilt werden kann. Es vermittelt die hohe Kompetenz des Fleischerhandwerks hinsichtlich Grillen und BBQ. Neben Rezepten erhalten die Leser Grilltipps sowie Produktinfos. QR-Codes im Heft verlinken auf zusätzliche Rezepte auf www.meine-grillparty.de. Die Magazine werden mit Logos und Firmenadressen auf der Vorderseite und bei Bedarf mit eigenen Texten bzw. Angeboten auf der Rückseite individualisiert. Auch Innungen können das

Magazin in Vermarktungskampagnen einbinden. Dazu gibt es ein Werbemittelpaket (Angebotsplakate, Thekenaufsteller, Gewinnspielkarten), das alle Besteller gratis erhalten. Wer die Aktion zudem etwa auf seiner Homepage oder einem Theken-TV-System bewerben will, kann aus Internetbannern und digitalen Plakaten wählen, die es zum freien Download gibt.

Als Preis beim Grillgewinnspiel winken fünf hochwertige Profi-Grill-BBQ-Koffer „Arizona“. Fleischereien, die ihre Homepage um Grillrezepte erweitern möchten, können per Hyperlink oder verlinktem Banner auf www.meine-grillparty.de verlinken. Zusätzlich zu bestellten Magazinen ist das Heft als online lesbares ePaper erhältlich, um es etwa in die eigene Homepage zu integrieren. Dieses enthält ebenso das Logo der Fleischerei und kann mit Smartphones/ Tablets gelesen werden. *Infos: Tel. (02103) 204-0; www.blmedien.de/grillen. IFFA: Halle 12.0, Stand D28*

Foto: B&L MedienGesellschaft



Besuchen Sie uns auf der IFFA:
Halle 12.0 · Stand B29

Die ganze Welt des Würzens:
Gewürze, Gewürzmischungen, Marinaden, Veredelung,
Convenience und technologische Wertstoffe.

Hagesüd – Kompetenter Partner des Fleischer-Handwerks
seit 1881



HAGESÜD INTERSPICE Gewürzwerke GmbH
Saarstraße 39 · 71282 Hemmingen · Telefon 07150/94260
www.hagesued.de · E-Mail: info@hagesued.de
Member of **AIOL** Group  Hagesüd





DIE GRILLSAISON IST ERÖFFNET

Ausgewählte Zutaten für echte BBQ-Fans

Die ersten wärmenden Sonnenstrahlen laden zum Grillen ein. Die perfekten Begleiter für dieses kulinarische Happening unter freiem Himmel finden Sie unter der Marke **Fleischer** bei der **MOGUNTIA FOOD GROUP**.



PEPPMIX® – Außergewöhnliche Pfefferkompositionen

Edle Gewürze verleihen Ihren Gerichten nicht nur farbliche Akzente und eine würzige Note, sie steigern das Wohlbefinden, schmeicheln der Zunge und verwöhnen mit ihrem angenehmen Duft die Nase. Probieren Sie unsere neuen Mischungen mit besonderen Pfeffersorten in vier einzigartigen Geschmackskompositionen. Holen Sie sich den authentischen Geschmack der Karibik auf den heimischen Grill.

Von fruchtig bis scharf – Leckere Saucen für echte Grillfans

In einer unvergleichlichen Sortenvielfalt präsentiert die **MOGUNTIA FOOD GROUP** leckere Grill- und Dipsaucen exklusiv im Fleischerfachgeschäft. Vom Klassiker Tomaten-Ketchup über den fruchtig-pikanten Topseller Sweet-Chili bis hin zur innovativen Smoky-BBQ-Sauce – für ein BBQ der Spitzenklasse finden Sie bei der **MOGUNTIA FOOD GROUP** die passenden Zutaten.



dass sowohl die Produkte aus den Bereichen Fleisch und Wurst sowie Küche perfekt aufeinander abgestimmt sind und so durch den Konsumenten leicht und genussvoll zubereitet werden können.



Convenience für die Theke

Der Trend zu frischer Theken-Convenience ist höher denn je. Bei **MOGUNTIA** gibt es alles aus einer Hand. Für Sie die Garantie,

Unsere Veggie-Auswahl

Der Wunsch nach Ersatzprodukten, die Fleischwaren sowohl optisch als auch geschmacklich möglichst nahe kommen, ist nicht wegzudenken. Hierfür haben wir unsere vegetarischen Compounds nochmal überarbeitet und speziell auf die Bedürfnisse der Kunden angepasst ohne dabei Kompromisse in Sachen Geschmack und Qualität einzugehen.

Entdecken Sie weitere Produkthighlights über die Grillsaison hinaus auf der diesjährigen IFFA in Halle 12.1 am Stand der **MOGUNTIA FOOD GROUP (C 10)**.

MOGUNTIA WERKE Gewürzindustrie GmbH

Nikolaus-Kopernikus-Straße 1 • 55129 Mainz • Tel.: (06131) 58 360 • Fax: (06131) 58 36 58
Kostenlose Kundenhotline (D): (0800) 66 48 68 42 • moguntia@moguntia.de • www.moguntia.com

INDASIA Gewürzwerk GmbH

Malberger Str. 19 • 49124 Georgsmarienhütte • Tel.: +49 (5401) 33 70 • Fax: +49 (5401) 337 77
customerservice@indasia.de • www.indasia.com



MOGUNTIA FOOD GROUP

Flavoursome solutions since 1903

ABENTEUER GESCHMACK

Als Verkaufstrainer, Seminarleiter, Produktmanager, Fleischermeister, Fleisch-Sommelier und durch seine langjährige Erfahrung in der Gewürzbranche kennt Gründer und Initiator Sven Tholius die Bedürfnisse von Fleischern und Köchen sehr gut. Mit im Unternehmen ist auch sein Bruder Holger.

„Mit dem Projekt Geschmacksnavigator möchte ich Zeitgeist und Tradition miteinander verbinden und eine vielfältige kompetente Unterstützung rund ums Thema Geschmack bieten“, erklärt Sven Tholius und folgt dem Ansatz, seine Kunden auch umfassend hinsichtlich Marketing und Rezepturen zu unterstützen. Sein Anliegen ist es, natürlichen Gewürzen und Salz und deren Geschichte wieder mehr Aufmerksamkeit zukommen zu lassen. „Billige und aus allem Möglichen zusammengemixte Gewürzmischungen werden munter in Speisen gepfeffert, ohne sich über die Feinheiten von Geschmack oder der Kombination von hochwertigen Gewürzen Gedanken zu machen. Statt teures Fleisch mit hochwertigem Salz oder Pfeffer zu würzen, kauft man das Günstigste, weil man den Wert vergessen hat“, betont er. Zu seinem bewusst eng gehaltenen Angebot zählen Gewürzcreationen wie „Black Pearls Smoked“, „Klabautermann“ oder „Elbstrand“ sowie Salze wie „Muddis Blütensalz“ mit getrockneten Lavendelblüten oder „Ahoi Salz“ mit Rum-Aroma und Karamellzucker. „Wir kommunizieren auf Augenhöhe, wollen gemeinsam Erfolg mit unseren Kunden haben und geben Unterstützung im Marketing“, sagt er. Dazu zählt auch, dass sich die Kunden individuelle Gewürzkompositionen mit Namen und Logo zusammenstellen können. Ebenfalls mit dem Kunden werden kreative Geschmackskombinationen erarbeitet. „Eine Verpflichtung zu einer bestimmten Abnahmemenge gibt es nicht, es zählen das Persönliche und die Leidenschaft“, betont der Gewürzprofi. www.geschmacksnavigator.de

Seit gut einem Jahr weht mit dem „Geschmacksnavigator“ eine frische Prise [sic] aus dem Norden durch die Branche.



Andreas Madl, Metzgermeister & Fleischsommelier, Münster:

„Als Fleischsommelier fühle ich mich verpflichtet, meinen Kunden das Feine und Besondere anzubieten. Neben besonderem Fleisch wollte ich auch besondere Gewürze. Auf der Suche danach stieß ich auf den Geschmacksnavigator. Tolle Gewürze und endlich mal, mit Sven Tholius, ein Ansprechpartner, der sein/unser Handwerk versteht und weiß, worauf es ankommt!“



Anna Satvary, „Else Kalbskopp“, Frankfurt am Main:

„Unser Handwerk geht in eine neue Generation über. Wir alle – die wir unser Handwerk neu interpretieren möchten – haben eines gemeinsam: Wir möchten dem Beruf des Fleischers ein neues Image verleihen und ihm die Wertigkeit zurückgeben, die er verdient hat. Der Zusammenhalt, das gegenseitige Unterstützen, ob mit Know-how oder etwa Zusatzprodukten wie den Gewürzen von Sven Tholius, geben unserem Handwerk diese Wertigkeit zurück!“



VON GASTRONOMEN LERNEN

Teil 2

Das Angebot und seine Präsentation sind erfolgsentscheidend. Wie es funktioniert, die richtigen Produkte zur richtigen Zeit appetitlich und verführerisch zu präsentieren, schildern Kataneh Shakouhi und Jean-Georges Ploner in Teil 2 ihrer dreiteiligen Serie.

Klasse statt Masse, besonders statt beliebig, einzigartig statt austauschbar. Wer heute erfolgreich sein muss, braucht ein klares Profil sowie eine eindeutige Positionierung. Wie klar verdeutlicht folgendes Beispiel: Stellen Sie sich vor, Sie stehen an der Ampel und der Mann im Auto daneben fragt nach der besten Fleischerei im Umkreis und was es dort Besonderes gibt. Für die Antwort bleibt nur eine Ampelphase. Was würden Sie antworten?

Sich darüber klar zu werden, ist sehr wichtig, denn Menschen treffen ihre Entscheidung, wo sie Essen gehen, bewusst und gezielt. Kunden überlegen in Produktgruppen: Will ich zu Mittag Bratwurst, Frikadelle oder Salat? Informiert wie die meisten sind, picken sie sich nicht einen x-beliebigen, sondern den besten Imbiss heraus. Sie gehen zum Spezialisten, da sie

auf dessen Kompetenz und Qualität vertrauen. Die Bewertungen in sozialen Netzwerken spielen beim Empfehlungsmarketing eine große Rolle: Je mehr darüber online positiv berichtet wird, umso besser. Ein Unternehmen, das genau weiß, wofür es steht, hat damit bereits die Basis für sein Angebot geschaffen. Den roten Faden bildet ein Sortiment an ausgewählten, zum Profil und zur Positionierung passenden Imbissprodukten.

BASISSORTIMENT FÜR JEDERMANN

Um Kunden optisch und geschmacklich zum Verkauf zu verführen, werden die Basisprodukte optimiert. Diese sind die Brotträger und der Belag, bestehend aus Hauptkomponenten wie Schinken, Käse, Leberwurst, Hähnchen, Schnitzel usw., ergänzt durch Grünes und Cremes. Durch die entsprechende Kombina-

tion kann eine große Themenvielfalt bespielt werden, z. B. herzhaft, Geflügel, hausgemacht, veggie/vegan, frisch usw. Beim Belag sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Manchmal genügen kleine Änderungen, um eine große Wirkung zu erzielen, etwa durch eine dünnere Schnittart oder gefälligere Art des Legens von Aufschnitt und Käse, Kirschtomate statt Tomatenscheibe, ein gefälliger Salatmix, gegrilltes oder eingelegtes Gemüse (Paprika, Zucchini, Aubergine), Rohkost (Radieschen, Gurken in Scheiben, Karotten Julienne) oder Butter durch hochwertige Aufstriche, Cremes oder einen Buttermix ersetzen.

SORTIMENT ERWEITERN

Um den Kunden mehr Auswahl und Kaufanreize zu bieten, kann das optimierte Basis-sortiment durch weiterentwickelte Produk-



te vergrößert werden. Eine leicht umzusetzende Möglichkeit ist es, auf eine gesunde, vollwertige Ernährung zu setzen: Hier kommen Körnerbrötchen als Brotträger zum Einsatz. Als Belag dienen leichte Produkte wie Cremes auf Frischkäse- oder Quarkbasis, Rohkost, Gemüse und magere Fleischprodukte wie Putenbrust. Um neue und höhere Preissegmente zu erreichen, bieten sich Specials oder eine Premium-Linie an. Dabei unterscheiden sich Brotträger und Belag vom Basisangebot. Diese Produkte sind interessant, innovativ und sprechen eine probierfreudige, genussorientierte Zielgruppe an. Eine solche Premium-Linie ist für Fleischereien interessant, denn durch höherpreisige Angebote lässt sich der Durchschnittsbon steigern. Specials können internationale Wochen, z. B. US-Wochen mit Pastrami-Sandwiches, Pulled Pork oder Ribs sein. Eine Premium-Linie ist ein dauerhaftes Angebot mit präziser Rezeptur und exakt vorgegebener Arbeitsanleitung. Wichtig dabei: lieber weniger als mehr, also nur drei oder vier hochwertige Zutaten, aber exakt verarbeitet. Um einen Kalkulationsmix zu schaffen, werden hochpreisige Produkte wie Pastrami mit guten, aber preislich etwas günstigeren Bestandteilen kombiniert. So wird ein Preis erreicht, der für den Endkunden interessant ist und ihm ein sinnvolles Preis-Leistungsverhältnis bietet. Bei der Produktgestaltung wird nach Möglichkeit ein vertikaler Warenkorb genutzt. So kann etwa Mett zu „Meat Balls“ angebraten werden. Eine edle Salami kommt nicht nur auf Brötchen, sondern auch auf edle Stullen.

die Ofenkartoffel wird in allen erdenklichen Variationen durchgespielt und zum Signature-Dish wie beim Hannoveraner Filialisten Wurst-Basar. Wichtig ist eine Präsentation wie



Angebote gestalten und umsetzen

- Bestehende Produktpalette mit kleine Änderungen optimieren
- Eine Premiumlinie ausarbeiten und in ausgewählten Filialen einführen
- Brotträger und Belag vereinheitlichen, zentralisieren – systematisieren
- Einheitliche Rezepturen entwickeln
- Standzeiten definieren und entsprechende Systeme implementieren
- Prozesse optimieren und vereinfachen

in der Gastronomie: alles appetitlich, sauber, frische Zutaten auch für die Dekoration, gutes Geschirr. Vorportionierte Gerichte, appetitlich garniert. Für das Mitnahmegeschäft werden gut isolierte Produkte verwendet, sodass die Gerichte zuverlässig heiß ankommen.

PRÄSENTATION

Die Präsentation unterstreicht die Wertigkeit, Qualität und Frische der Produkte. Requisiten wecken Assoziationen und untermalen das Thema. Holzbretter, Körbe und karierte Decken vermitteln Naturnähe, ehrliche, hausgemachte Produkte und ein ländliches, rustikales Umfeld. Ein elementarer Grundsatz bei Dekoration und Beschilderung: Themenwelten schaffen, ohne das Produkt abzubilden.

STANDZEITEN SYSTEMATISIEREN

Um Frische und Qualität zu jeder Tageszeit zu garantieren, empfiehlt sich die Implementierung eines einheitlichen Systems für die Standzeiten. Mit ganz klaren Vorgaben, einfach zu verstehen, umzusetzen und zu kontrollieren. Eine Excel-Liste genügt – mit Produkten und definierten, mit der Geschäftsleitung abgestimmten, Uhrzeiten je Filiale. Pro Tag wird eine Liste mit der Anzahl der zu produzierenden Menge erstellt und ausgefüllt. Werden Standzeiten überschritten, muss die Ware entsorgt werden. Als hilfreich hat sich auch etwa ein Farbcode-System für verschiedene Produktionsuhrzeiten erwiesen, z. B. auf der Verpackung oder einer Banderole.

Über den Tagesverlauf ändert sich das Kaufverhalten der Kunden. Mittels Dayparting wird der Tag in verschiedene Phasen eingeteilt und das Angebot darauf abgestimmt. Die Konsumenten werden in ihren Bedürfnissen abgeholt und der Kaufimpuls wird durch eine attraktive Auslage erhöht. Beim Dayparting werden die Kriterien für die Nachproduktion vorgegeben, sodass die Auslage auch in verkaufsschwächeren Zeiten stets gepflegt aussieht.

Kataneh Shakouhi & Jean-Georges Ploner, Global F&B Heroes, www.fbheroes.de

WARME GERICHTE

Die warme Theke ist das Herzstück des gastronomischen Angebotes. Schnitzel gehen immer, genau wie Nudeln und Kartoffel in allen Variationen, dazu Salat. Oder ein Produkt wie

Fotos: Kataneh Shakouhi, Kupfers Metzgermarkt, Global F&B Heroes



Die Autoren

Die Global F&B Heroes sind ein Berater Netzwerk mit langjähriger operativer Erfahrung, das die Gastronomie und Hotellerie weltweit mit wachem Blick und Neugierde betrachtet, analysiert und schon vielfach optimiert hat. Diese Erfahrung überträgt das Netzwerk unter der Führung von Initiator und Koordinator Jean-Georges Ploner (r.) auch auf andere Bereiche des Außer-Haus-Marktes.



NACHFOLGE ODER NICHT?



Gibt es für eine Fleischerei keinen Nachfolger, verschwindet sie in der Regel vom Markt. Wie gelingt es dieses Risiko durch eine gelungene Nachfolge zu minimieren?

Schätzungen zufolge werden 842.000 Inhaber von mittelständischen Unternehmen in den kommenden vier Jahren ihre Tätigkeit aufgeben. Gut eine halbe Million wollen den Betrieb an einen Nachfolger übergeben. Etwa 300.000 rechnen damit, die Firma zu schließen. Besonders brenzlich ist es im Handwerk: Die Auswahl für die Betriebe ist, sowohl was Azubis und ausgebildete Fachkräfte betrifft, sehr dürrtig – von geeigneten Personen, die das Unternehmen komplett übernehmen können mal ganz abgesehen. Wie geht es also weiter? Fakt ist: Misslingen die anstehenden Nachfolgen in Deutschland, sind nicht nur unzählige Arbeitsplätze, sondern auch das exzellente Know-how in diesen Branchen, gefährdet. Höchste Zeit also, den Nachfolgeprozess einzuleiten, denn dieser ist eine langwierige, komplexe Angelegenheit, die oft unterschätzt wird. In der Art der Nachfolge gibt es mehrere Möglichkeiten.

INTERN ODER EXTERN?

Die Mehrzahl der Unternehmensnachfolgen finden innerhalb einer Familie statt. Der Vorteil: Die Familienmitglieder sind mit dem Unternehmen vertraut, kennen die Mitarbeiter oder arbeiten selbst seit einiger Zeit mit. Verwandtschaft allein reicht aber nicht aus, denn auch der familieninterne Nachfolger muss über die nötige Qualifikation und Motivation verfügen, die am besten im Rahmen eines Anforderungsprofils formuliert werden. Andernfalls

Suche nach externem Nachfolger

- Deutschlandweite Unternehmensbörse www.nexxt-change.org
- Regionale Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern, regionale Netzwerke
- Netzwerk von Hausbanken, Fach- und Wirtschaftsverbänden
- Gezielte Ansprache von Investoren (M&A-Prozess)

sind Probleme im Geschäftsalltag vorprogrammiert. Zudem kann bei dieser Form der Nachfolge der Hausseggen in Gefahr geraten, denn Eltern gehen oft automatisch davon aus, dass die Kinder die Geschicke des Betriebs weiterführen – obwohl diese andere Ziele verfolgen. Haben sich Mitarbeiter im höheren Management bewährt, besteht die Option, sie ganz an die Spitze zu setzen. Dabei wird das Unternehmen an einen oder mehrere Mitarbeiter verkauft. Sie kennen Prozesse, Kunden, Team und Lieferanten oft so genau, dass sie das Unternehmen mühelos weiterführen können. Findet sich weder in der Familie noch im bestehenden Mitarbeiterstab eine geeignete Nachfolgepersönlichkeit, kann ein Management-Buy-In (MBI) das Fortbestehen des Unternehmens gewährleisten. Dabei kommt es auf die Mentalität des bisherigen Firmenchefs an: Externe Manager bringen andere Impulse in den Betrieb, die kleine, aber auch große Veränderungen mit sich bringen kön-

nen – positiv oder negativ. Gängig ist auch die unternehmensexterne Nachfolge durch die Fusion mit anderen Unternehmen. Im Idealfall deckelt der neue Eigentümer die Finanzierung und übernimmt die strategische Führung, inklusive der bestehenden Belegschaft.

SCHRITT FÜR SCHRITT

Der Nachfolgeprozess gliedert sich im Wesentlichen in drei Schritte: Vorbereitung, Umsetzung und Überleitung. Die Vorbereitung gleicht einer Bestandsaufnahme: Dabei werden Produkte und Leistungen, der Markt, betriebswirtschaftliche Auswertungen, die Unternehmensplanung und -ziele sowie Rahmenbedingungen für den Verkauf analysiert. Am Ende entsteht eine umfassende Übersicht über Unternehmen, Marktsituation und Wettbewerb. Ein entscheidender Faktor für die Nachfolge ist die Einigung auf einen Kaufpreis. Dafür wird zunächst eine Unternehmensbewertung durchgeführt. Dies ist in der Praxis oft mit Konfliktpotenzial verbunden, denn der Nachfolger möchte einen möglichst geringen Kaufpreis erzielen. Der Übergeber überschätzt oftmals den Wert seines Unternehmens und möchte es nicht zum Schleuderpreis abgeben. Der Wert muss korrekt und transparent berechnet werden. Während der Umsetzungsphase setzen sich Alteigentümer und Nachfolger an einen Tisch. Meist sind dann interne Strukturänderungen nötig, die nun angeschoben werden. Im Rahmen der sogenannten „Due Diligence“ werden Markt- und Wettbewerbssituation, wirtschaftliche Unternehmenslage sowie alle Verträge, insbesondere auf mögliche Risiken, eingehend geprüft. Parallel dazu finden Vertragsverhandlungen statt, denen schließlich der finale Kaufvertrag mit allen Übernahmebedingungen folgt. Ergänzend erfolgt eine rechtliche Prüfung sowie eine steuerliche Optimierung der Nachfolge. Zwar ist mit dem Unterschreiben der Verträge alles offiziell. Dennoch wird es in der letzten Phase, der Überleitungsphase, nochmal spannend. Erst dann wird wirklich deutlich, wie sehr sich der Alteigentümer emotional auf die Übergabe eingelassen hat und ob er loslassen kann.

KOMPLEXITÄT NICHT UNTERSCHÄTZEN

Die Übergabe wird von persönlichen, emotionalen Aspekten, betriebswirtschaftlichen, steuerlichen und rechtlichen Aspekten beeinflusst.



Bereiche zur Umsetzung eines Nachfolgeprozesses

Unternehmen

- Was soll genau übergeben werden? (z. B. Besitz- und Betriebsgesellschaft, Grundstück, Maschinen)
- Ist das Unternehmen übergabewürdig? (Marktakzeptanz bzw. -stellung, Wachstumschancen, Arbeitsplätze, Unternehmereinkommen)
- Ist das Unternehmen übergabefähig? (Ertragskraft, Eigenkapitalsituation, Vertragswesen, Rechtsform)

Personen

- Welche Beteiligten müssen integriert werden? (Übergeber und Familie, Nachfolger intern/extern)

Recht und Steuern

- Hat das Unternehmen die „richtige“ Rechtsform?
- Wie bleibt das Unternehmen handlungsfähig?
- Wie Sorge ich für das Unternehmen vor (unternehmerischen „Notfallkoffer“ beachten)
- Ist der eigene Gesellschaftsanteil vererblich bzw. übertragbar?
- Wie soll die Übertragung erfolgen (Entgeltlich, unentgeltlich) und wie sind die Auswirkungen, z. B. steuerlich?

Vermögen und Finanzierung

- Was ist das Unternehmen wert?
- Ist die eigene Altersvorsorge sichergestellt?
- Wie lassen sich steuerliche Belastungen minimieren?
- Wie kann die Nachfolge finanziert werden? (Hausbank, alternative Finanzierer)

Unterstützende Kommunikation

- Wer muss eingebunden und informiert werden? (z. B. Übergeber, Übernehmer, Mitarbeiter, Gesellschafter, Banken, Kunden, Lieferanten)
- Welche Kommunikationswege stehen zur Verfügung? (Homepage, Newsletter, Mailing)

Von einem Laien können diese in ihrer Gänze nur schwer überblickt werden. Die Durchführung des Prozesses bedarf daher nicht nur einer sorgfältigen und systematischen Vorbereitung in allen strategischen Bereichen und einer klaren Kommunikation, sondern auch einer fachübergreifenden Beratung von außen. Hält man sich an Empfehlungen von Experten und denkt seine Nachfolge mindestens drei Jahre im Voraus an, lassen sich alle relevanten Faktoren bei Bedarf noch aktiv angehen und optimieren – damit das Unternehmen keinen Schaden nimmt und dessen Wert nicht sinkt.

*Simon Leopold,
ABG Consulting-Partner, Dresden*



Der Autor

Simon Leopold ist Geschäftsführer der ABG Consulting-Partner GmbH & Co. KG im Beratungsverband ABG-Partner. Er ist Bankkaufmann und Betriebswirt. Bereits langjährig

als Consultant für den Kanzleiverband ABG-Partner tätig, liegt seine Expertise in der betriebs- und finanzwirtschaftlichen Beratung von mittelständischen Unternehmen. In den vergangenen Jahren haben er und sein Team eine Vielzahl von Nachfolgeprojekten erfolgreich umgesetzt. www.abg-partner.de



STAR BUTCHERS

Teil 5
ENGPASS MITARBEITER

HELDEN IM HANDWERK

Storytelling. Ein Begriff, der einem schon öfter um die Ohren geflogen ist. Doch was bedeutet er eigentlich?

Wir leben in Zeiten, in denen wir mit Informationen, Nachrichten und Werbung bombardiert werden. Es ist nicht mehr so leicht potenzielle Mitarbeiter zu erreichen. Ständig ploppen (Werbe-)Fenster auf, genervt klickt man deren „Vorschlaghammer-Botschaft“ weg. Darum also die Frage: Wie wecke ich noch Interesse? Mit Storytelling! Modernes Storytelling folgt einem Leitfaden: Ein Held hat ein Problem, er trifft einen Mentor, bekommt einen Plan, beginnt die Reise. Klingt nach Hollywood? Alle großen Filme folgen diesem Konzept – auch Werbekampagnen. Ohne große Kosten und mit Kreativität kann man die eigene Geschichte erzählen und Menschen begeistern. Doch wie macht man sich die Struktur von Star Wars & Co. zunutze?

HELD TRIFFT MENTOR

Zum einen brauchen wir einen Helden. Der heißt aber nicht Frodo oder Luke. Er bleibt zunächst namenlos. Aber wir wissen schon genau wer es sein soll: der künftige Mitarbeiter. Gebt der Person, die ihr ansprechen möchtet, das Gefühl etwas Besonderes zu sein. Ein Held eben. Nun müsst ihr auf ihn oder Sie zugehen, denn er/sie hat ein Problem. Es kann sein, dass er/sie

davon noch nichts weiß oder es verdrängt. Ist er auf Jobsuche, ist er sich dessen wahrscheinlich bewusst. Doch nicht immer sucht er aktiv. Oft fehlt der Mehrwert und die Selbstentfaltung in scheinbar einfachen Berufen wie Fleischerfachverkäufer/in. Hier kommt ihr ins Spiel. Nun trifft der Held seinen Mentor! Ihr seid Gandalf und Obi-Wan in einer Person. Ihr bietet Mehrwert! Familiäre Umgebungen, den Wunsch, Menschen glücklich zu machen und dabei die Natur und unsere Umwelt zu respektieren. Wichtig ist, dass ihr überzeugt seid. Von euch, eurer Rolle und dem, was ihr bietet. Von euch kommt jetzt der Plan. Was kann der Held erreichen? Wie helft ihr ihm, weiter zu kommen? Welchen Wert und Wertschätzung bringt ihr seiner Arbeit entgegen? Löst sein Problem und lasst ihm keine andere Wahl, als sich bei euch zu bewerben und damit auf die Reise zu gehen. Das Grundgerüst der Geschichte steht. Nun bringt Farbe ins Spiel. Gebt dem Helden ein Gesicht, sprecht ihn direkt an. Macht ihm sein Problem bewusst. Zuletzt der wichtigste Teil: Stellt klar, warum ihr der Mentor mit dem Plan seid, der sein Leben verändern wird. Ein Beispiel aus der Welt der großen Werbetreibenden zeigt, dass man alle fünf Punkte die-

ser Struktur sogar in einen Satz bringen kann: Als Apple den iPod einführte, war das nicht der erste MP3-Player. Es gab viele Konkurrenten, doch Steve Jobs sagte: „1.000 Lieder in deiner Tasche“ – perfekte Aussage, perfekte Story. Wenn ihr eure Botschaft so weit vereinfachen könnt, kann euch nichts aufhalten.

Doch hinter einem solchen Satz steckt Arbeit. Setzt euch hin, macht euch Gedanken wie eure Story lautet, was euer Mehrwert ist und was euch zum Mentor macht. Schreibt es auf und dann vereinfacht, soweit es geht. Ist es mehr als ein Satz ist das nicht schlimm. Wichtig ist eine klare und starke Aussage, hinter der eine ganze Geschichte steckt. Nie seid ihr der Held, weil ihr dem Mitarbeiter einen Job anbietet. Der Mitarbeiter ist der Held, dem ihr Hilfe gebt. Also, für ein starkes Handwerk: Mentor sein und Helden suchen!

Philipp Böhm, Böhm media, www.boehm.media

Wie denkt ihr darüber? Welche Erfahrungen habt ihr gemacht? Wir freuen uns über Mails und Infos, gerne auch telefonisch.

Kontakt: cb@boehm.media,
Tel: (09123) 989899-20, www.boehm.media

Das werbewirksame Geschenk
für Ihre Kunden:

Besuchen Sie uns auf der
IFFA in Frankfurt
vom 4. bis 9.5.2019
HALLE 12 / STAND-Nr. 12.0D28
Wir freuen uns auf Sie!

Der Rezeptkalender 2020



Bestellen Sie
bis 30.06.2019 zum
FRÜHBESTELLERPREIS!
Sie sparen mehr
als **10%!**

Ihr besonderer Kundenservice

- Übersichtliches Monatskalendarium
- Viele leckere Rezeptvorschläge und Tipps zum Ausprobieren
- Ihr Firmeneindruck wirbt das ganze Jahr für Ihr Geschäft
- Informationen über das Fleischerhandwerk
- Für Lizenznehmer der f-Marke auch als f-Marken-Version

Mehr Genussmomente im Internet

Auf www.fleischerkalender.de finden Ihre Kunden viele ergänzende Informationen zu den Kalenderthemen.

Bitte ausfüllen und per Post oder Fax (02103/204 204) senden, bzw. per Telefon bestellen: 02103/204 310

Ja, ich/wir bestelle(n)

hiermit zu den genannten
Preisen & Lieferbedingungen _____ Stück
des Fleischer-Rezeptkalenders 2020.

Kalender-Menge	Frühbestellerpreis/Stück bis 30.06.2019	Normalpreis/Stück ab 01.07.2019
50 bis 499 Stück	0,80 €	0,90 €
ab 500 Stück	0,78 €	0,88 €
ab 1.000 Stück	0,75 €	0,85 €
ab 2.000 Stück	0,72 €	0,82 €
ab 5.000 Stück	0,70 €	0,80 €

Alle Preise zzgl. Versandkosten und MwSt.

Weitere Informationen: www.blmedien.de/fleischerkalender

Firmeneindruck: Zzgl. 26,- Euro für Ihren Firmeneindruck, einfarbig in Schwarz (Eindruckfläche: 17,5 x 5,5 cm). Nur bei Bestelleingang bis zum 18.10.2019 möglich!

Bitte Zutreffendes ankreuzen:

- Ich bin Lizenznehmer der f-Marke und erhalte den Kalender mit f-Marke
- Firmeneindruck laut Anlage
- Firmeneindruck wie im Vorjahr
- Firmeneindruck lt. Logodatei (bitte senden an kalender@blmedien.de)
- Ohne Eindruck
- Bitte senden Sie mir vorab einen Musterkalender
- Ich stimme zu, per E-Mail über Produktneuheiten der B&L MedienGesellschaft informiert zu werden

Liefertermin:

Lieferung erfolgt in der 47. KW 2019, bei Eingang der Bestellung und der Eindruckdateien bis 18.10.2019.

- Vorgezogener Liefertermin in der 41. KW 2019, bei Eingang von Bestellung und Eindruckdateien bis 6.9.2019.

Firma _____

Vorname/Name _____

Straße/Nr. _____

PLZ/Ort _____

Telefon/Fax _____

E-Mail _____

Datum/Unterschrift _____



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Max-Volmer-Straße 28, 40724 Hilden
kalender@blmedien.de, www.blmedien.de



Nachhaltig reinigen

Die Waschanlagen von Kitzinger werden anwenderbezogen entwickelt und konfiguriert. Dabei kombiniert der Hersteller erprobte und bewährte Module zu effizienten und bedarfsgerechten Anlagen. Eine grundsätzlich doppelwandige Fertigung reduziert den Heizenergiebedarf der Maschinen stark. Mehrtanktechnik senkt den Bedarf an Frischwasser sowie Chemikalien. IE3-Motoren,

die teilweise über Frequenzumrichter

verfügen, reduzieren den elektrischen Energieverbrauch nachhaltig. Das Lieferprogramm umfasst Maschinen zur Reinigung von Kisten, Fleischformen, Paletten, Paletten, Dosen sowie Meng- oder Rauchwagen. Über 1.600 Installationen und 25 Jahre Erfahrungsschatz ermöglichen es dem Unternehmen aus dem hohen Norden auch für schwierige Aufgabenstellungen eine Lösung zu bieten. www.kitzinger-gmbh.de

Wurst rund um die Uhr

Mit der RegioBox von Hensing können Fleischereien rund um die Uhr, sieben Tage pro Woche, Fleisch- und Wurstqualität zum Mitnehmen anbieten. Auch hausgemachte Salate und vorgegarte Gerichte wie Gulasch, Rinderrouladen, Frikadellen und Glaskonserven finden darin Platz. Der Automat wird regelmäßig von einem lokalen Metzger bestückt und verfügt über eine integrierte Kühlautomatik und ein Liftsystem für die schonende Ausgabe der Ware. Der Betrieb für Anbieter ist einfach: Via Telemetrie-App lassen sich der Füllstand vom Computer oder Smartphone aus kontrollieren und Umsätze in Echtzeit überprüfen. Individuell gestaltbare Design- und Ausstattungsmöglichkeiten machen das Sortiment zu einer Marke mit Wiedererkennungswert und Mehrwert. So sind Zusatzumsätze möglich. www.automatisch-dh.de



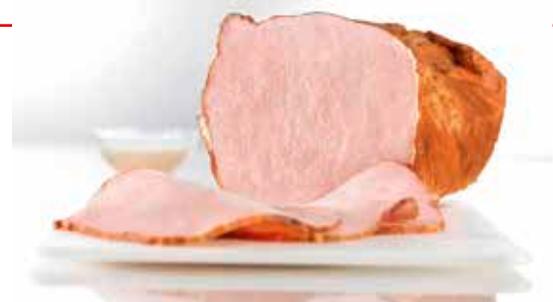
Keime abtöten

Oxytec hat ein Umluftentkeimungsgerät mit UV-C (ohne Ozon) und eingebautem Ventilator für stark

keimbelastete Luft in Lager-, Kühl- und Reiferäumen für unterschiedliche Raumvolumina entwickelt. Vier UV-C-Röhren mit einer Spektrallinie von exakt 253,7 nm wirken keimtötend und deaktivieren Bakterien, Viren, Hefen und Schimmelsporen. Leere Lagerräume, Kühlboxen und Oberflächen können in einer Stunde mit dem SaniAir desinfiziert werden. Das gilt auch für Kühlregister von Verdampferkühlern und Lieferwagen. Hier bewirkt er eine fast vollständige Geruchsbeseitigung. Auch nächtliche Desinfektionen von Verkaufstresen sind damit leistbar. www.oxytec.com

Exotisches für den Frühling

Passend zur Jahreszeit bietet Grossmann bis zum 21. Juni saisonale Feinkost an. Kulinarische Exotik bringen die Rotgarnelen „Orange-Seespargel“ auf den Teller. Der Geschmack des Seespargels sowie ein Orangendressing mit einer leichten Sesamnote ergänzen die Aromen der argentinischen Rotgarnelen aus Wildfang. Zudem gibt es die Riesengarnelen „Mango-Mandarine“ mit einer Sauce aus Mangopüree, Mandarinspalten und Ingwer. Wer es mediterran mag, greift zu den Riesengarnelen in Knoblauchöl. Der Spargelsalat à la Hollandaise befindet sich auch wieder im Frühling-/Sommersortiment des Herstellers. www.grossmann-feinkost.de



Universeller Zusatz

Eine hohe Ausbeute bei einer Einspritzrate zwischen 60 und 100 % bei Kochpökelfwaren ermöglicht der Lakezusatz Schinko® Universal von Van Hees laut Unternehmen. Abhängig von der jeweiligen Einspritzmenge, liegt sie zwischen 45 und 70 % im Endprodukt. Die angerührte Lake wird nach einer Stabilisierungszeit von 30 Minuten mit der entsprechenden Einspritzmenge zum Frischgewicht gleichmäßig injiziert. Die Fleischteile werden dann drei Stunden bei acht Umdrehungen/Min. getumbelt und über Nacht gekühlt. Am Folgetag werden die Schinken aufgehängt und bei 80°C getrocknet, geräuchert und gegart. Der Zusatz verschafft dem Schinken eine intensive Pökelfarbe, einen guten Geschmack, festen Biss, ein sauberes Schnittbild ohne Tigerstreifen und eine ansprechende Optik. www.van-hees.com

NEU

fleisch
net.de

Schauen Sie selbst mal rein!
www.fleischnet.de

Branchentermine,
Seminare, Messen
auf einen Klick



Eagle RMI 400: Inspektion für Fortgeschrittene



Heldenhafte Schärfe

Das Kochmesser „Ajax“ aus der Design-Serie 1905 von Friedr. Dick ist ab August 2019 erhältlich. Seine Klingeform geht auf die historische Form eines mehr als 100 Jahre alten Spalters zurück, eines bewährten Werkzeugs für Fleischer. Die 22 cm lange Klinge gleitet durch Fleisch wie durch Butter und macht auch vor kleinen Knochen nicht Halt. Die geschwungene Messerschneide ermöglicht den Wiegeschnitt, mit dem Tatar, aber auch Kräuter geschnitten werden können. Dank des praktischen Lochs in der Klinge kann das Messer aufgehängt und somit sicher verstaut werden. Seinen Namen verdankt das Messer dem griechischen Helden des Trojanischen Krieges. Die Serie 1905 verbindet historisches Design mit moderner Fertigungstechnologie und fasziniert durch eine ungewöhnliche Optik. www.dick.de



Vielseitige Pumpentechnik

Als Systemanbieter ist Platz®, ein Geschäftsbereich von Bibko Umwelt- und Reinigungstechnik, auf Reinigungsanlagen und -systeme aus der Welt des Hockdrucks spezialisiert. Sein Ziel ist es, Reinigungsarbeiten beim Kunden zu vereinfachen und zu optimieren sowie dessen Energie- und Personalkosten zu senken. Neben 1- bis 6-Pumpen-Anlagen gibt es mit dem mobil einsetzbaren Hochdruckreiniger MC 40/100 eine handliche Lösung mit starker Leistung. Sie wird laut Unternehmen den harten Ansprüchen sowie hygienischen Anforderungen in Schlachthöfen und Metzgereien gerecht. Die Möglichkeit zu Nutzung von bis zu vier Handlanzen zugleich stellt einen großen Faktor zur Kostensenkung dar. Die Geräte verarbeiten neben Kalt- auch Heißwasser bis zu 85°C. www.bibko.com

Große Wäsche? Kein Problem!

Einen Klassiker von Miele – die Kleinen Riesen – gibt es nun in zwei neuen Baureihen. Die kompakten Waschmaschinen und Trockner kommen mit 0,5 m² Platz aus, bieten aber mehr Beladungskapazität. Dabei sinkt der Verbrauch von Strom und Wasser. Zur Wahl steht die Baureihe „Performance“, die bis zu 7 kg Wäsche fasst, sowie die Baureihe „Performance Plus“, die mit 6, 7 oder 8 kg beladen werden kann. Ein Stapeln der Maschinen ist möglich. Das kürzeste Waschprogramm dauert 49 Minuten. Die Laufzeit der Trockner wurde weiter reduziert: Das schnellste Programm der Abluftmodelle ist nach 37 Minuten beendet. Damit in Abdecktüchern und Schürzen keine Gebrauchsspuren zurückbleiben, bietet

das Paket „Arbeitstextilien“ drei Programme, die auch für Öl- und Fettflecken entwickelt wurden. Dazu zählt etwa eine Vorwäsche bei 40°C, die Fett zuverlässig entfernt – ohne dass temperaturempfindliche Verschmutzungen einbrennen. Zudem sind „Performance Plus“-Maschinen per WLAN vernetzbar, so dass sie mit der separat erhältlichen App MielePro@mobile verbunden werden können. Damit lässt sich der Maschinenstatus überprüfen. www.miele.de



das Paket „Arbeitstextilien“ drei Programme, die auch für Öl- und Fettflecken entwickelt wurden. Dazu zählt etwa eine Vorwäsche bei 40°C, die Fett zuverlässig entfernt – ohne dass temperaturempfindliche Verschmutzungen einbrennen. Zudem sind „Performance Plus“-Maschinen per WLAN vernetzbar, so dass sie mit der separat erhältlichen App MielePro@mobile verbunden werden können. Damit lässt sich der Maschinenstatus überprüfen. www.miele.de

Für krosse Panaden

Neu im Sortiment von AVO sind vier Fix & Fertig-Knusperwürzpanaden: fix & fertig, Bunt fix und fertig, Curry fix und fertig, die je einen Anteil Salz enthalten sowie die Variante „Gelb“ ohne Salz. Kross und crunchy in der



Textur verfeinert, lassen sich damit Schnitzel, Koteletts, Cordon bleu, Geflügelteile oder Formprodukte für das Theken-, Imbiss- und Cateringangebot zeitsparend panieren. Die Herstellung der Panaden basiert auf einem speziellen Verfahren. Die kross-knusprige Konsistenz bietet viel Freiraum für individuelle Geschmackscreationen. Alle vier lassen sich handwerklich oder auf Panadenstraßen verarbeiten. www.avo.de

Fotos: Friedr. Dick, Bibko Umwelt- und Reinigungstechnik, Miele, AVO

2000 ca. Anhänger und ca. **500** Gebrauchte auf über 50.000 qm

WÖRMANN
WORLD OF TRAILERS

ANHÄNGERFRÜHJAHRSMESSE 2019
11. - 12. Mai
9 bis 17 Uhr

0%
TOP-ANGEBOTE!



THERMOKING



SERRANO

Mit Rohrbahn und Dachverstärkung!

WÖRMANN GmbH · Torstraße 29 · 85241 Hebertshausen · 08131 / 292780 · www.woermann.eu

GESUCHT & GEFUNDEN

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung



EUR FLEX
... the Original

Heilemann Sicherheitstechnik GmbH
Max-Eyth-Str. 2, D-71665 Vaihingen
Tel: +49(0) 7042/9111580, Fax 7042/9111599
info@euroflex-safety.de



hele
Hygiene-, Arbeitsschutzkleidung und mehr...

Gesamtkatalog gratis anfordern!

HELE GmbH
Gutenbergstr. 16 - 91560 Heilsbrunn - Tel. 09872 / 9771-0
info@hele.de • www.hele.de

Autoklaven



NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

AUTOKLAV & KESSEL

KORIMAT
www.korimat.de

KORIMAT
Metallwarenfabrik GmbH
Telefon 02772/576413-0

www.krenn-autoklaven.de
Tel.: +49 (0)7264 206263



VOSSCHOTT
Save the date!
IFFA
4.-9.05.19
Halle 8.0 | Stand F95
vos-schott.com

Backtrennmittel



Wir kriegen's gebacken!

PROFI - „LÖSUNG“
für alle Brat- und Backformen

Leichtes dünnes Einsprühen löst jeden Leberkäse, Pasteten oder Schinken leicht aus der Form. Für Porzellan-, Edelstahl- und Aluminium Formen, absolut Rückstandslos und 100 % Pflanzlich - bedeutet 100 % Geschmacksneutral. Spart überflüssige Kalorien, kein mühseliges Papier in Formen legen.

boyens backservice
www.boyensbackservice.de

SPRÜH-SYSTEME
UNIFILLER-SYSTEME
BACKTRENNMITTEL

Entsehnungsmaschinen und -anlagen



100 YEARS // **BAADER** ///

Innovating Food Value Chains

Office: +49 451 53020
baader@baader.com
www.baader.com



GIP
www.gastroinfoportal.de

Etiketten



Schau mer mal

Egal ob Dose, Schleife, Glas selber Drucken nach Wunsch und Maß!
flexibel-kostengünstig-schnell
KOSTENLOSER-Kundenservice
91443 Scheinfeld, Südring 9, Tel.: 0 91 62 - 920 735
Mail: info@schaumermal24.de, www.schaumermal24.de

Fleischereimaschinen



K+G WEITER
WÖLFE · KUTTER MISCHER

Tel. +49 (0) 64 61 / 98 40 - 0
info@kgwetter.de · www.kgwetter.de



Aktion Deutschland Hilft
Das starke Bündnis bei Katastrophen

Wenn Menschen durch große Katastrophen in Not geraten, helfen wir. Gemeinsam, schnell und koordiniert.

Jetzt Förderer werden unter:
www.Aktion-Deutschland-Hilft.de



Aktion Deutschland Hilft
Bündnis deutscher Hilfsorganisationen

Logo partners: Caritas, Diakonie, DRK, Malteser, etc.



▲ Füllen
▲ Kuttern
▲ Wolfen

DUCKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

Telefon: +49 (0)60 93 99 32-190
Mail: info@dueker-rex.de
Internet: www.dueker-rex.de

Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!

Fußbodensanierung



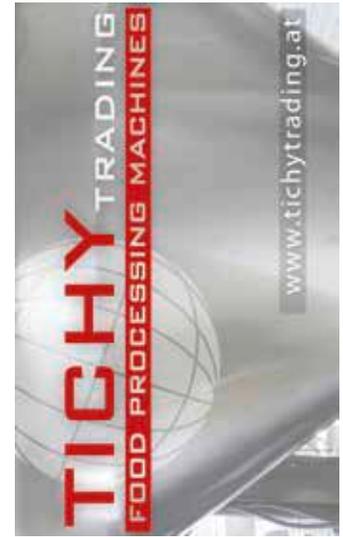
KEUTE
KUNSTHARZ-FUSSBODEN GMBH

Bodensanierungen nach EG-Richtlinien
www.keute-boden.de
keute.gmbh@t-online.de
Tel.: 05921/82370

Geräteausstattung

www.superverkauf.de

Gebrauchtmaschinen



TICHY TRADING
FOOD PROCESSING MACHINES
www.tichytrading.at



MUKOVISZIDOSE

Gemeinsam Mukoviszidose besiegen!

Werden Sie Schutzengel, genau wie Michaela May.

Spendenkonto 70 888 00
IBAN DE 59 3702 0500 0007 0888 00
BIC BFSWDE33XXX
BLZ 370 205 00
Bank für Sozialwirtschaft
www.muko.info

Gewürze



Beck
Gewürze und Additive

Gewürzmischungen
Pökelpreparate
Funktions- und Zusatzstoffe
Starterkulturen
Grill- und SoftFix Marinaden
Bio-Produkte

beck-gewuerze.de
91220 Schnaittach · Tel. + 49 9153 9229-0

Gewürze



VAN HEES
We know how!

VAN HEES GmbH
Kurt-van-Hees-Str. 1 • DE-65396 Walluf
T. + 49 61 23 70 80 • F. + 49 61 23 70 82 40
www.van-hees.com

Gütezusätze



VAN HEES
We know how!

VAN HEES GmbH
Kurt-van-Hees-Str. 1 • DE-65396 Walluf
T. + 49 61 23 70 80 • F. + 49 61 23 70 82 40
www.van-hees.com

Helfen Sie Help!

IBAN: DE 47 3708 0040 0240 0030 00
Commerzbank Köln
www.help-ev.de

Die Kraft des Selbstvertrauens.
Bauen auch Sie auf weltweite Katastrophenhilfe mit vereinten Kräften.



Hygienetechnik



- Reinigungssysteme
Individual-Druckreinigung
Schaumreinigung
Desinfektion
- Automatische Bandreinigung
- Mischerreinigung

www.walter-geraetebau.de

WALTER Gerätebau GmbH

Neue Heimat 16 Phone: +49 7046 980-0
D-74343 Sachsenheim- Fax: +49 7046 980-33
Ochsenbach info@walter-geraetebau.de

Kühlthekenausstattung



Systemzubehör für Bedientheken



Tel. 08131 99 66 80 | office@pricoplex.com

Kühl-/Tiefkühlzellen

Kühlzellen, Tiefkühlzellen und Kühlaggregate



Sonderaktion zum besten Preis!
Infos & Bestellmöglichkeit:
www.viessmann-kuehzellen.de



88348 Bad Saulgau
Tel. 07581-48959-0
Fax 07581-48959-29
verkauf@landig.com

DER WILLE VERSETZT BERGE. BESONDERS DER LETZTE.

EIN TESTAMENT ZUGUNSTEN VON ÄRZTEN OHNE GRENZEN SCHENKT MENSCHEN WELTWEIT NEUE HOFFNUNG.

Wir informieren Sie gerne.
Ihre Ansprechpartnerin:
Anna Böhme
Telefon: 030 700 130-145
Fax: 030 700 130-340
anna.boehme@berlin.msf.org



„Kein Kind darf ausgebeutet werden, nirgendwo!“

Andrea Sawatzki, Schauspielerin, Autorin und ChildFund Patin seit 1996.

Gemeinsam stark im Kampf gegen Ausbeutung, Gewalt und Kinderhandel in Indien.
Danke für Ihre Unterstützung!
www.childfund.de/kinderarbeit

Jetzt spenden!

Spendenkonto:
Bank für Sozialwirtschaft
IBAN: DE59 6012 0500 0007 7800 06
BIC: BFSWDE33STG

Kinderhilfswerk
ChildFund
Deutschland

Kunstdärme



HansSchütt
Kunstdärme für jede Anforderung
Ihr Partner für flexible Folien
Hans Schütt e. Kfm. · info@hans-schuetz.de
Immelweg 19 · 25469 Halstenbeck
Tel. 04101 8560-0 · Fax 0401 8560-77




Wir retten Paradiese!

Helfen Sie uns, Land zu kaufen. Für die Natur in Deutschland.

Mehr dazu unter
www.naturerbe.de

NABU-Stiftung Nationales Naturerbe
Charitéstraße 3 · 10117 Berlin
Tel. 030 284 984-1814
naturerbe@nabu.de

Spendenkonto
IBAN: DE88 3702 0500 0008 1578 00
BIC: BFSWDE33XXX
Bank für Sozialwirtschaft

Kunststoffverkleidung

Horo-Kunststofftechnik Vertriebs GmbH

D-34233 Fulda
Am Berg 4
Tel. (0 55 41) 18 79
Fax (0 55 41) 69 06

Ladengestaltung

promedia thekenTV

Das digitale Kunden-Informationssystem für die moderne Fleischerei



Moderne Kunden-information kann so einfach sein!

Setzen Sie Ihre Informationen, Angebote und vieles mehr auf Bildschirmen, Kassenwaagen und Preisschildern stark in Szene.

Weitere Informationen finden Sie auf:

www.promedia-thekentv.de

B&L NewMedia

Messer für Lebensmittel-verarbeitungsmaschinen



Schneidwerkzeuge GmbH

Lebbiner Straße 18, 15859 Storkow
Tel. +49 33 678 649-0 | Fax ... 649-22
info@astorblades.de | www.astorblades.de

Kuttermesser | Abschneidmesser |
Entsartungsklingen | Gefriergut-
schneider | Slicermesser | Kreismesser |
Injektornadeln | Schneidwerkzeuge für
Großwölfe | Verpackungsmesser |
Sonderanfertigungen

Pökelinjektoren

günther
Maschinenbau

Günther Maschinenbau GmbH
Bauhof 7, D-64807 Dieburg
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@guenther-maschinenbau.de

GESUCHT & GEFUNDEN

Pökel- und Massiertechnik



Suhner
food processing equipment

Suhner AG Bremgarten
Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten

Telefon: +41 56 648 42 42
Fax: +41 56 648 42 45
E-Mail: suhner-export@suhner-ag.ch
www.suhner-ag.ch

Rauchstockwaschmaschinen



Eberhardt GmbH

Rauchstockwaschmaschinen, Kochpressen, Schinken- und Spindelpressen, Rauchwagen Eichendorffstr. 5 91586 Lichtenau
Telefon: (0 98 27) 3 54
Telefax: (0 98 27) 75 04
Eberhardt-GmbH@t-online.de
www.eberhardt-gmbh.de



GIP
www.gastroinfoportal.de

Rauchwagen



Eberhardt GmbH

Rauchstockwaschmaschinen, Kochpressen, Schinken- und Spindelpressen, Rauchwagen Eichendorffstr. 5 91586 Lichtenau
Telefon: (0 98 27) 3 54
Telefax: (0 98 27) 75 04
Eberhardt-GmbH@t-online.de
www.eberhardt-gmbh.de

Schinken-/Spindelpressen



Eberhardt GmbH

Rauchstockwaschmaschinen, Kochpressen, Schinken- und Spindelpressen, Rauchwagen Eichendorffstr. 5 91586 Lichtenau
Telefon: (0 98 27) 3 54
Telefax: (0 98 27) 75 04
Eberhardt-GmbH@t-online.de
www.eberhardt-gmbh.de

Schlachthofeinrichtungen

Rohrbahnanlagen Schlachttechnik Stefan Ochs

36381 Schlüchtern-Hütten
Tel.: 0 66 61/69 73, Hy: 01 72/8 03 21 61
www.stefan-ochs.de



RENNER
Systems for the red meat industry

Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd
Telefon 0 73 66/9 2096-0
Telefax 0 73 66/9 2096-99
www.renner-sht.de



fleischnet.de

Wir liefern IHNEN Inhalte, die SIE brauchen.

**Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!**

Tumbler



günther
Maschinenbau

Günther Maschinenbau GmbH
Bauhof 7, D-64807 Dieburg
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@guenther-maschinenbau.de

Eilige Anzeigen

unter
Tel. (089) 370 60-110
Fax (089) 370 60-111



Wir haben die Schnauze voll.

Hilf mit deiner Spende:
www.wwf.de/plastikflut

Der WWF arbeitet weltweit mit Menschen, Unternehmen und Politik zusammen, um die Vermüllung der Meere zu stoppen. Hilf mit deiner Spende! WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

Vakuumverpackung



lava Professionelle Vakuumeräte
VAKUUMVERPACKUNG

Produkte jeder Größe vakuumieren & bis zu 3 Schweißnähte möglich

Sonderaktion online!

ab EUR **259,-** Frei Haus!

Valentinstr. 35-1 · 88348 Bad Saulgau
Telefon 0 75 81-48 959-0
www.la-va.com

Walzensteaker



günther
Maschinenbau

Günther Maschinenbau GmbH
Bauhof 7, D-64807 Dieburg
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@guenther-maschinenbau.de

Warenwirtschaft

Produktion · Verkauf · Catering



a APRO.CON

Warenwirtschaft mit System

Im Vertrieb der
SYNER.CON
DIE SYSTEMLOSER

☎ 0441/93925787 · aprocon.de



FH FLEISCHER-HANDWERK

Impressum 8. Jahrgang
Offizielles Organ von:



FLEISCHERVERBAND BAYERN

Verlag:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München
Postadresse: Postfach 21 03 46,
D-80673 München
Hausadresse: Garmischer Straße 7,
D-80339 München
Tel. (089) 370 60-0, Fax: (089) 370 60-111
Internet: www.blmedien.de
E-Mail: muc@blmedien.de

Verlagsleitung München:

Bernd Moeser	-200
Paula Pommer (Stv.)	-110
Basak Aktas (Stv.)	-270

Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.):
Marco Theimer (mth) -150

Redaktion:

Christian Blümel (chb)	-185
Martina Kalus (kal)	-190

Ständige Autoren: Heike Sievers, Verena Wagner

Anzeigen:

Bernd Moeser (verantwortlich)	-200
Paula Pommer	-110
Gerhild Burchardt	-205
Rosi Höger	-210
Rocco Mischok	-220
Fritz Fischbacher	-230
Concetta Herion	-240

Herausgeberin:
Annemarie Heinrichsdobler -100

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 22 vom 1.1.2019

Anzeigenabwicklung:

Marvin Demmelmair	-260
Felix Hesse	-261

Layout:

Michael Kohler	-255
Liane Rosch	-258

Rita Wildenauer -254, Lifesens e.V.

Abonnentenbetreuung:

Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de)	-270
Patrick Dornacher (p.dornacher@blmedien.de)	-271
Lorene Zimmermann (l.zimmermann@blmedien.de)	-274

Bezugspreis: Erscheint 6-mal jährlich, 90 € jährlich inkl. Porto u. MwSt. Ausland 105 € inkl. Porto. Einzelpreis Inland 19 €, Ausland 21 € (alle Preise inkl. Versandkosten und MwSt.). Der Abopreis für die Verbandsangehörigen des Bayerischen Fleischerverbandes ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Kündigungsfrist: Nur schriftlich drei Monate vor Ende des berechneten Bezugsjahres.

Repro und Druck:
Alpha-Teamdruck GmbH, Haager Str. 9, 81671 München

Bankverbindung:
Commerzbank AG, Hilden
IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00
BIC: COBADEFFXXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZ00000326043

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck und Übersetzung veröffentlichter Beiträge dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstellungs- und Vertriebsstörungen durch höhere Gewalt besteht kein Ersatzanspruch. Für den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

Geschäftsführer der B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, 40724 Hilden:
Harry Lietzenmayer

Gerichtsstand: Hilden

ISSN: 2192-5033

Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern angeschlossen.



JETZT

Prämie sichern!

Bestellen Sie 6 Ausgaben zum Jahres-Abo-Preis von nur **90 €**

Zur Begrüßung erhalten Sie ein exklusives Geschenk:



30-€-Gutschein BestChoice

Mit dem BestChoice-Einkaufsgutschein haben Sie freie Auswahl aus dem umfangreichen Angebot von über 200 namhaften Anbietern. Der Prämienwert kann auch auf mehrere

BestChoice-Partner verteilt werden. Gültigkeitsdauer: 3 Jahre.



Stechmesser „Professional“ (18 cm) von Solicut: Aus hochwertigem Stahl geschnittene Klinge und Griff aus belastbarem, antibakteriell wirkendem Kunststoff.

Abo im Internet:



Einfach Coupon ausfüllen, ausschneiden und senden an:

B&L MedienGesellschaft
Abo-Service
Postfach 21 03 46
80673 München

Oder faxen an:
(089) 370 60-111

Widerrufsgarantie:

Meine Bestellung kann ich innerhalb von 14 Tagen ohne Angabe von Gründen schriftlich widerrufen. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung einer schriftlichen Kündigung an: B&L MedienGesellschaft, Abo-Service, Postfach 21 03 46, 80673 München

Ja, ich möchte **FH zum Jahresabo-Preis von 90 € inkl. Porto und MwSt. (Ausland 105 €) lesen.**

FH erscheint 6-mal pro Jahr. Das Abo verlängert sich automatisch, wenn es nicht mindestens drei Monate vor Ablauf gekündigt wird.

Firma

Name, Vorname

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Ich zahle gegen Rechnung.

Ich zahle bequem per Bankeinzug.

IBAN

BIC

Kreditinstitut

Als Begrüßungsgeschenk erhalte ich einen

ein Solicut-Messer „Professional“

30 €-Gutschein von BestChoice

SEPA-Lastschriftmandat:

Ich ermächtige die B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, wiederkehrende Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die vom Verlag auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen. Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

FH 3/2019

Datum, Unterschrift



ZWEI STARKE MARKEN - EINE FAMILIE!



Besuchen Sie uns:
IFFA 4. - 9.5.2019
Frankfurt am Main
Wir freuen uns auf Sie
in Halle 8.0, Stand C40

