

5/2019

www.fleischer-handwerk.de

FH FLEISCHER-HANDWERK

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

RINDFLEISCH

Wagyu –
oder was?

SPECIAL

70 Jahre
Currywurst

FLEISCHER MIT ERFOLG

Hausschlachtung
Reinhardt, Röhrda



Grünländer®

MOLKEREI-TRADITION
DAS
ORIGINAL
SEIT ÜBER 100 JAHREN



Vielfalt für jeden Geschmack!



DAS **ECHTE** BEWAHREN



Marco Theimer
Chefredakteur

Erbsen-Burger, pflanzliches Hühnchen, Veggie-Hack – nach Fake-News in den Medien ist Fake-Food in den Regalen der Supermärkte angekommen. Berichten zufolge entwickelt sich der Absatz davon prächtig. Doch sieht so Genuss aus? Gute, ehrliche und regional erzeugte Lebensmittel, mit handwerklichem Können geschaffen, gehen einher mit Riechen, Sehen, Schmecken und Fühlen. Da kann ein Pflanzenburger aus der Plastikpackung aber nicht mithalten. Der von Eile getriebene Mensch unserer Tage greift aber gerne zum Bequemem. Nur wenige setzen sich wirklich damit auseinander, was tatsächlich in unseren Lebensmitteln steckt. Kinnlade runter, Essen rein! Ein pflanzlicher Burger mit Rote-Bete-Farbstoff KANN schmecken, ebenso wie man im Thermomix kochen KANN – aber ist das was auf den Teller kommt Genuss? Wohl kaum, schließlich sind alle Fleisch-Alternativen sehr stark verarbeitete

Lebensmittel. Meiner Meinung nach liegt das wahre Geheimnis von Genuss in den kurzen Wegen vom Erzeuger über den regionalen Verarbeiter bis auf die Gabel – artgerechte Tierhaltung, keine Antibiotika und ehrliches Handwerk inklusive.

Obwohl die Mehrheit der Deutschen Lebensmittel nicht in inhabergeführten Betrieben kauft, schlummert in vielen der Wunsch nach etwas Echtem. Das kann eine lecker gefüllte Rinderroulade sein, ein schmackhafter Eintopf oder ein gut abgehangenes Steak. Eine aktuelle Umfrage unter 1.000 Verbrauchern von Innofact und Vistaprint ergab, dass 60 % der Befragten eine inhabergeführte Fleischerei gegenüber einer großen Filiale in Sachen Einkauf bevorzugen. 71 % der Befragten drücken damit ihre regionale Verbundenheit aus. 83 % sagen sogar, dass ihnen die Unterstützung der lokalen Familien und der lokalen Wirtschaft dabei wichtig ist.

Für über 75 % sind gute Kundenbeziehungen, Vertrauen, persönliche Beratung und direkter Kontakt sowie individuelle, unverwechselbare Angebote kaufentscheidend. Alles das leistet ein Veggie-Burger aus dem Kühlregal oder ein Klick beim Online-Einkauf nicht. Es gibt also Potenzial Smartphone- und Social Media-Affine durch echten Geschmack zu überzeugen.

Auch für uns Medienschaffende gilt, dass wir uns nicht vom schönen Schein vieler Dinge blenden lassen und uns in Eventualitäten verlieren – egal ob Print oder online. Mehr gute statt negative Nachrichten und eine ehrliche, echte Berichterstattung. Statt hätte, müsste oder was wäre wenn, sollten wir den Menschen zuhören und ihnen Anregungen und starke Argumente liefern. Die Herausforderungen der Zukunft sind groß – und lassen sich nicht allein durch ein paar mehr Burger aus „pflanzlichem Fleisch“ lösen.

Foto: Schinhardt

PREMIERE: 1. „Meat & Greet“ – 23. & 24. Oktober 2019, Forum Fürstenfeld, Fürstenfeldbruck

Für die besten Feste!

Unentbehrlich für alle, die gerne Gäste verwöhnen wollen.



- Mehr als 300 Seiten mit Rezepten, Tipps, Ideen und Vorschlägen für Catering und Partyservice
- 270 Rezepte von einfach und schnell bis exotisch und ausgefallen
- Komplett in einem hochwertigen Ordner mit herausnehmbaren Innenseiten

138 €



- Über 600 Seiten Ideen, Anregungen und Vorschläge für außergewöhnliche Tischinszenierungen
- 16 Themen-Ideen für exklusive Events mit spezifischen Dekorationsvorschlägen auf großen Panorama-Aufklappseiten
- Zu jedem Thema drei eigens entwickelte Fünf-Gang-Menü-Vorschläge, die untereinander kombiniert werden können – bis hin zu exklusiven Buffets

149 €

Einfach ausfüllen und per Post oder Fax an: (02103) 204 204

Bestellung: _____ Exemplar(e) des Buches „**Kleine Köstlichkeiten**“ à **138 €*** _____ Exemplar(e) des Buches „**Tisch-Events mit Genuss**“ à **149 €***

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Fachbuchversand
Max-Volmer-Straße 28
40724 Hilden

Tel. (02103) 20 40 · Fax (02103) 204 204
info@blmedien.de · www.blmedien.de

oder Sie besuchen einfach unseren Internet-Shop:



Name, Vorname

Firma

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Datum/Firmenstempel und Unterschrift

FH 15/19

* inkl. MwSt., inkl. Versand. Der Preis versteht sich bei Auslandsbestellungen unverzollt und unbesteuerter. Übersee zzgl. Versandkosten. Preisänderungen vorbehalten.



46

37



32



22

26



10



FLEISCHER MIT ERFOLG

- Bad Sobernheim:
Echter Volltreffer
Petra Nieding 26
- Esslingen:
Ein ESSzimmer für alle
Max Häfele 28
- Ringgau-Röhrda:
Von Nord nach Süd
Eric & Markus Sippel 30
- Elzach:
Eine starke Verbindung
Wendelin Winterhalter 32

BRANCHENBLICK

- Editorial: Das Echte bewahren 3
- Spanische Schinkenkunst. 8
- Deutsche Grillmeisterschaft:
Starker Auftritt 10
- Interview: Stefan Marquard 25
- Aktion: Wurst als Ehrensache 45

BLÄTTER ZUR BERUFSKUNDE

- Fleisch veredeln 11

HILFSSTOFFE & GEWÜRZE

- Farbstabilität gewährleisten 13

FIRMENPORTRAIT

- Weg eines Wetzstahls 21

RINDFLEISCH

- Wagyu oder was? 22

KASSENSYSTEME

- Keine Manipulation mehr 34

SPECIAL

- 70 Jahre Currywurst 37

WURSTHÜLLEN

- Authentisch & nachhaltig 46

PRODUKTION

- Digitalisiert produzieren 49

ÜBER DEN TELLERRAND

- Von Gastronomen lernen – Teil 3 52

RUBRIKEN

- Käsetheke 54
- Neu auf dem Markt 55
- Gesucht & gefunden 58
- Impressum 60

Titelbild: Als frischgebackener Fleisch-Sommelier und Familienvater startet Markus Sippel im elterlichen Betrieb der Hausschlachtung Reinhardt im Werra-Meißner-Kreis nun richtig durch. Foto: Jospir Krstanovic

Fotos: www.colourbox.de, Die Wildkammer, K+G Wetter, Theimer



Fleischerschule Augsburg Meisterliche Leistungen

Im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung in der Handwerkskammer Schwaben wurden die erfolgreichen Teilnehmer des 399. Meistervorbereitungslehrganges der Fleischerschule Augsburg freigesprochen. Schulleiter Anton Schreistetter lobte die Teilnehmer für ihre Entscheidung zur Weiterbildung, machte aber auch deutlich, dass man diesen Weg nie verlassen dürfe. Sich ständig auf dem Laufenden zu halten sei nicht nur im eigenen, sondern auch im Interesse der Kunden. Das unterstrich auch der Vorsitzende des Meisterprüfungsausschusses Robert Baur. Er erinnerte die Jungmeister auch daran, den Titel Meister mit Ehre zu tragen und diesen mit Werten zu füllen. www.fleischerschule.de

Kurstermine 2020:

7. Januar bis 8. April 2020

4. Mai bis 6. August 2020

7. September bis 9. Dezember 2020



Der Ludwig

Metzger-Wintersportreise

Ischgl in Tirol ist im Januar 2020 das Ziel wintersportbegeisterter Kollegen/-innen aus dem Fleischerhandwerk. Seit über 25 Jahren treffen sich die Metzger dort, um eine Woche gemeinsam in den Bergen Ski und Snowboard zu fahren und zu feiern. Wer vom 18. bis 25. Januar 2020 an der privat organisierten Wintersportreise teilnehmen will, kann sich bis 5. Oktober 2019 anmelden. Formulare dafür gibt es beim Organisator Dirk Ludwig: E-Mail: D.Ludwig@Der-Ludwig.de oder Tel.: (06661) 70999-61.



Tre Torri Verlag BEEF! Wild

Der neunte Band der Buchreihe „Meisterstücke für Männer“ widmet

sich dem Mega-Thema Wild und Wildgerichte. Er enthält neben spannenden Infos rund um die Jagd jede Menge schmackhafte Rezepte. Auch Fachbegriffe kommen nicht zu kurz. Eine sorgsam zusammengestellte Auswahl klassischer und zeitgemäß interpretierter Gerichte wie Frischlingskeule, Damwildnuggets oder Entenbolognese verspricht ein genussvolles Spektakel auf dem Teller. Wiesbaden: BEEF! Wild. Tre Torri Verlag, 184 Seiten, 39,90 €.

Metzger-Innung ArberLand

Weißwurst-Diplom Nr. 5.000

Das 5.000ste Weißwurst-Diplom und ein Präsent überreichten Obermeister Stefan Einsle, Johannes Garhammer (aktivCard Bayerischer Wald) und der Bayerische Weißwurst-Botschafter Albert (Bertl) Fritz an die Hamburgerin Liana Sahr. Seit knapp vier Jahren wird das Weißwurstseminar in der „Königlichen Weißwurstschule Bayerischer Wald“ in der Metzgerei Einsle in Bodenmais angeboten. Dabei wird der Mythos Weißwurst durchleuchtet und so manches Geheimnis gelüftet. „Jeden Donnerstag darf ich den Teilnehmern das bayerische Kulturgut Weißwurst und das Metzgerhandwerk näherbringen und die Menschen für ehrliche Handwerksqualität sensibilisieren“, betont Bertl Fritz. www.mymetzger.de



KHS Trier-Saarburg

Nachwuchs im Westen

44 Gesellen/innen der Ernährungsberufe und Schneider – davon 20 aus dem Fleischerhandwerk – wurden in der Berufsbildenden Schule für Ernährung, Hauswirtschaft und Sozialpflege in Trier von den Kreishandwerkerschaften Trier-Saarburg sowie Mosel-Eifel-Hunsrück-Region freigesprochen. Der Obermeister der Fleischerinnung Trier-Saarburg, Manfred Schmitt, sagte: „Ihr dürft mit Recht stolz auf euren Beruf sein.“



Die neuen Gesellen und Gesellinnen:

- Fleischereifachverkäufer: Marie Leisen (Prüfungsbeste), Veronika Able, Sabine Diedrich, Rebecca Eiserloh, Rainer Fenner, Michéle Geib, Stefanie Hömske, Jessica Klemens, Johanna Kreuzsch, Eric Lang, Saskia Lang, Michelle Morawe, Mandy Schneider, Sofie Scholtes, Michael Waal, Nathalie Wacker
- Fleischer: Marcel Mai, Dennis Schweisthal, Julian Steines
- Fleischerei-Fachpraktikantin: Martina Kemmer

Gute Handwerker können die Rockstars der Neuzeit werden.“ Er spielte auf die Aktion bzw. Foto-Challenge #stolz-auf-meinenberuf der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks an. Aber man müsse dranbleiben, um im Beruf weiter bestehen zu können und den Anforderungen am Markt gerecht zu werden.

MARKENSCHAUFENSTER



PERSONAL HYGIENE ANLAGEN

Info@fp-anlagentechnik.de - www.fp-anlagentechnik.de



STILLER
VERSCHLISS-TECHNIK

Telefon 07268 392

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

WWW.STILLERGMBH.DE



KRAMER
IDEEN BEWEGEN



www.kramer-freiburg.com



**Hans-Wilsdorf-Berufsschule, Kulmbach
Geselle mit Bestnoten**

Der Landkreis Kronach hat einen gut ausgebildeten jungen Nachwuchs für das Metzgerhandwerk bekommen. Der Fleischergeselle Marvin Peter (19) aus Wilhelmsthal erhielt an der Hans-Wilsdorf-Berufsschule für seine Bestnote 1,2 den Staatspreis der Regierung von Oberfranken. Die Auszeichnung überreichte ihm Prof. Dr. Michael Piazzolo, Bayerischer Staatsminister für Kultus. Nur drei Preisträger pro Jahr werden für die Staatspreise ermittelt. Die Voraussetzung ist, dass die Absolventen einen Gesamtnotendurchschnitt zwischen 1,0 und 1,5 erreicht haben. Marvin Peter absolvierte seine Ausbildung im elterlichen Betrieb „Alfred Peter, Hausmachervertrieb“. *D. Dietrich*

Spotlight-Broschüre

Fleisch und hochwertige Wurstwaren – im richtigen Licht inszeniert – machen eine Metzgerei zum Erlebnis für die Sinne. Die „Spotlight“-Broschüre Metzgereien von Bäro inspiriert zu kreativen Beleuchtungslösungen, die auf Raumsituationen und die spezifischen Anforderungen von Fleischwaren an die spektrale Qualität des Lichts eingehen. Die Broschüre – gedruckt oder PDF – enthält praxisnahe Tipps für die Lichtplanung. Sie richtet sich an alle, die wissen möchten, wie sich Licht für Wahrnehmung, Atmosphäre und Storytelling einsetzen lässt. Sie betrachtet für den Betriebstyp typische verschiedene Raum- und Nutzungszonen, arbeitet heraus, was Licht in den jeweiligen Situationen leisten kann und gibt Hinweise, wie und mit welchen Leuchten sich gewünschte Wirkungen erzielen lassen. Referenzprojekte illustrieren die Empfehlungen. Ein Fokus liegt auf der verkaufsfördernden Beleuchtung mit warenspezifischen LED-Spektren. www.baero.com



Schon bei Facebook geklickt?



auch auf FACEBOOK!



nebanan.de

Chance für lokale Gewerbe

Über 10.000 lokale Gewerbetreibende nutzen das Nachbarschaftsnetzwerk www.nebanan.de, um gezielt Menschen aus

ihrem Stadtviertel zu erreichen. Darin tauschen sich 1,3 Mio. Nutzer aus, geben Tipps und Empfehlungen weiter. Die Plattform steht über ein Gewerbeprofil auch für Gewerbetreibende offen, funktioniert ohne Algorithmen oder das von Google bekannte Versteigerungsverfahren für Anzeigen – Registrierung unter gewerbe.nebanan.de. Jeder ist Teil einer aktiven Community. „Unter dem Motto ‚Kauf nebenan‘ sensibilisieren wir Nachbarn dafür, wie wichtig lokale Händler und Dienstleister für das Leben in der Nachbarschaft und die lokale Infrastruktur sind,“ sagt Geschäftsführerin Ina Remmers. Das Gewerbeprofil ist in der Grundfunktion kostenlos, es gibt aber auch kostenpflichtige Zusatzpakete. Über ihre Erfahrungen berichten Gewerbetreibende hier:

<https://magazin.nebanan.de/lokal-gewinnt>

Nachgefragt!

Stichwort: WLTP



Im Interview erklärt Markus Gemperlein, der Geschäftsführer von Coolingvans, die Auswirkungen des neuen Abgas-Prüfverfahrens WLTP.

Seit 1.9.2019 unterliegen auch alle leichten Nutzfahrzeuge in Deutschland dem Abgas-Prüfverfahren WLTP. Was bedeutet das für Sie als Unternehmen? Wir als Fahrzeug-Aufbauerhersteller müssen nun im Vorfeld darauf achten, dass die Fahrzeuge nach unserem Umbau noch die Abgas-Grenzwerte einhalten. Vor dem 1.9.2019 wurden unsere Ausbauten bezüglich der Fahrzeug-Abgaswerte nicht berücksichtigt, d. h., die Fahrzeug-Werksangaben blieben in den Fahrzeugpapieren gleich. Bei Fahrzeugzulassungen ab 1.9.2019 werden die Ausbauten berücksichtigt und in den Fahrzeugpapieren entsprechend geändert.

Sind Dachkühlanlagen auf Transportfahrzeugen ein Auslaufmodell? Gibt es Alternativen?

Bei einigen Fahrzeugtypen können wir seit dem 1.9.2019 keine Dachkühlanlagen mehr auf Kastenwagen aufbauen. Die Dachaufbauten würden dazu führen, dass die Abgas-Grenzwerte überschritten werden. Auch hier müssen wir als Hersteller im Vorfeld prüfen, was wir an Dachaufbauten montieren können bzw. dürfen. Die Alternative, die Coolingvans anbietet sind Kühlanlagen, die im Dach über dem Fahrerraum eingelassen sind. Hier wird die Gesamthöhe des Fahrzeugs nicht verändert, sodass wir hochwertige Kühlanlagen, z. B. von Thermo-King oder Carrier, problemlos aufbauen können ohne die Abgaswerte zu verändern. Bei kleineren Transportern bieten sich eine integrierte Kühlanlagen ohne Dachaufbau an.

Was bedeutet WLTP für Fleischereien, die sich ein neues Kühltransportfahrzeug kaufen möchten?

Welchen Einfluss hat das Verfahren auf Kühlkofferaufbauten?

Sie sollten darauf achten, dass sie beim Kauf eines umgebauten Transporters mit Firmen zusammenarbeiten, die sich mit dem Thema WLTP Abgaswerte auseinandersetzen. Der schlechteste Fall wäre einen Kühlausbau oder Kühlkofferaufbau machen zu lassen, der am Ende nicht zulassungsfähig ist. Das Thema sollte also angesprochen werden.



Seit 1.9.2019 können manche Aufbauten nicht mehr realisiert werden. Es gibt hier nun Grenzen bezüglich der Aufbauhöhe eines Kühlkoffers sowie des Gewichts um die Abgasgrenzwerte einzuhalten. Das sollte vor Beginn eines Kühlkofferaufbaus abgeklärt sein.

Vielen Dank für das Gespräch.

mth

Fotos: D. Dietrich, Bäro, nebanan.de, Coolingvans

Wörmann

55 Jahre Anhänger

Seit über einem halben Jahrhundert widmet sich die Firma Wörmann mit Leidenschaft dem Thema Anhänger. Das feiert sie vom 18. bis 20. Oktober 2019 mit einer Jubiläumsmesse. Gegründet 1964 von Josef Wörmann sen., vertrieb das Familienunternehmen zunächst landwirtschaftliche Maschinen. Aufgrund der hohen Nachfrage kamen aber schon in den 1970er-Jahren erste Pkw-Anhänger sowie landwirtschaftliche Zwei- und Dreiseitenkipper ins Sortiment. Heute umfasst es Anhänger für Industrie, Handel und Handwerk, Landwirtschaft, Sport und Freizeit – Pkw- und Verkaufsanhänger, Promotion- und WC-Anhänger, Mannschaftswagen, Kühl-, Boots- und Pferdeanhänger sowie Lkw-Anhänger für das Bau- und Transportgewerbe. 2001 erfolgte die Eintragung als geschützte Marke. Neben dem europaweiten Vertriebsnetz über Händler spielt der Direktverkauf an Endkunden eine große Rolle. Ein Meilenstein dafür war 2009 die Eröffnung des 50.000 m² großen Anhänger-Zentrums in Hebertshausen im Landkreis Dachau. Hier stehen ca. 2.000 neue sowie 500 gebrauchte Anhänger zur Sofort-Mitnahme bereit. 2017 eröffnete das 20.000 m² große Vertriebszentrum in Wallersdorf im Landkreis Dingolfing-Landau. Dort sind etwa 1.000 ausgestellt. Unter den heutigen Gesellschafter-Geschäftsführern

Josef Wörmann jun. und Christian Wörmann stieg man zu einem der größten Anhänger-Fachbetriebe in Europa auf. Zur Jubiläumsmesse sind Kunden und Gäste von 10-17 Uhr nach Hebertshausen eingeladen, um das Anhängerprogramm kennenzulernen – auch Metzgerei-Verkaufsanhänger. Bei einer Verlosung winkt ein Pkw-Hochlader mit Planenaufbau als Preis. Kulinarisch gibt es Weißwürste, Grill-Schmankerl sowie Kaffee und Kuchen. Für Unterhaltung sorgen Live-Musik, ein Formel-1-Simulator sowie eine Riesen-Hüpfburg für Kinder.

www.woermann.eu



Fleischer-Innung Allgäu, Kempten Azubis in Spanien

Zwei Allgäuer Auszubildende im zweiten Lehrjahr verbrachten im Rahmen des Erasmus+ Mobilitätsprogramms ein zweiwöchiges Praktikum in Katalonien. Ein Auslandspraktikum sei eine Win-win-Situation. Nicht nur die Azubis profitieren davon, auch der Ausbildungsbetrieb, ist Georg Greiff, Obermeister der Fleischer-Innung Allgäu, überzeugt. Ebenso wie OstD Hans Etzler, Leiter der Staatl. Berufsschule III in Kempten und Impulsgeber des neuen Projekts an seiner Schule. Und so flogen der Metzger-Azubi Michael Roßkopf (Metzgerei Fischbach, Markt Rettenbach) und die Fleischerei-Fachverkäuferin-Azubi Janine Steininger (V-Markt Mindelheim) nach Olot nordwestlich von Girona. Aufgrund bestehender Kontakte stieß Hans Etzler bei einem Besuch dort das Praktikum an. Mit Unterstützung von Ulrike Beck, für die Praktika als Mobilitätsberaterin bei der HWK für Schwaben eingestellt, wurde es dann



realisiert. Was die beiden Praktikanten besonders freute, war, dass ihr Können und ihre Fachkenntnisse hoch eingeschätzt wurden und sie in den Gastbetrieben nach kurzer Zeit relativ selbstständig arbeiten und Verantwortung übernehmen durften. Der spanische Ausbildungsbetrieb ist auf Schweine spezialisiert und züchtet sie auch selbst. In der Fleischverarbeitung stellte Michael Roßkopf große Unterschiede zu seinem Ausbildungsbetrieb fest. In Spanien erfolgt die Zerlegung der Schweine großzügiger und so gelangt auch mehr Fleisch in die Wurst. Beide Praktikanten lernten typische spanische Produkte kennen. Das funktionierte auch umgekehrt: Die von Janine Steininger kreierte Fleischspieße etwa kamen so gut an, dass ihr Gastbetrieb sie ins Sortiment aufnehmen will. Der gelungene Start des Austauschs überzeugte alle Verantwortlichen. Hans Etzler will das Angebot für Praktika ausbauen und eventuell in weiteren Ländern anbieten. Georg Greiff hatte die Idee, ob nicht auch Inhaber von

Ausbildungsbetrieben mitreisen sollten, um so Kontakte zu ausländischen Kollegen zu knüpfen. Das Fazit der beiden Azubis: Ein großartiges, positives Erlebnis, das ihnen viel gebracht hat, auch in ihrer persönlichen Entwicklung. Weitere Informationen gibt es bei Ulrike Beck, Tel. (0821) 3259-1401, ulrike.beck@hwk-schwaben.de www.hwk-schwaben.de

Fotos: prb/Lilio Brückner, privat, Wörmann



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

 münchener verein
partner der versorgungswerke
Handwerk. In besten Händen.





Wichtigstes Thema der Fachstudienreise war der Jamón Ibérico vom Cerdo Ibérico, dem Iberischen Schwein, dessen Ursprünge in die Antike zurückreichen. Da, wie bei der Herstellung jedes luftgereiften Produktes, besondere Klimaverhältnisse nötig sind, reiste die Gruppe nach Salamanca. Die dort in der Nähe gelegene Kleinstadt Guijuelo ist eines der Zentren der spanischen Schinkenherstellung. Beim Besuch der Produzenten Julián Martín und Bernardo Hernández, wurden grundlegende Produktionsschritte, Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausgearbeitet.

WEG EINES KULTPRODUKTES

Ziel der Exkursionen ist, wenn möglich die gesamte Produktionskette inkl. Vorstufe kennenzulernen. So konnten die Teilnehmer den Weg des Tieres zum Endprodukt nachverfolgen: Ferkelerzeugung, Aufzucht, die typische Mast in der Freilandhaltung, bei der je nach Qualitätsstufe mehr oder weniger Eicheln zugefüttert werden, Zerlegung und Zuschnitt der frischen Keulen, Salzen, Trocknen und der zeit- und pflegeaufwändige Reifeprozess, der je nach Qualitätsstufe und Größe der Keule bis zu vier Jahre und länger betragen kann. Zudem lernten die Junioren eine Menge über „Storytelling“, Legendenbildung und das Marketing, mit dem der als Pata Negra bezeichnete Schinken zum Kultprodukt gemacht wurde. Typisch für den Jamón Ibérico, der als ganze Keule mit Klaue und Knochen hergestellt wird, ist, dass er traditionell von Hand mit dem Messer aufgeschnitten wird. Die Teilnehmer bekamen im Rahmen eines Schnellkurses zumindest die wichtigsten Grundlagen vermittelt. Sie erfuhren auch, wie die Schinken zerteilt und portioniert werden. Premiumprodukte werden stets von Hand geschnitten. Aus dem Iberischen Schwein werden auch traditionelle Fleischerzeugnisse wie die Paleta, Lomo, Chorizo, Longaniza oder Salchichón sowie weniger bekannter Produkte wie Lomito oder Morcón hergestellt. Einen handwerklichen Spezialisten auf diesem Gebiet, Embutidos El Ventorro, besuchten die Teilnehmer ebenso wie eine auf Schafsmilchkäse spezialisierte Käserei. Jede Firmenbesichtigung endete mit einer Verkostung und langen Fachgesprächen. Die nächste Fachexkursion führt im Sommer 2020 in die USA und wird mindestens eine Woche dauern. Schwerpunktthema ist die Grill- und BBQ-Kultur. www.juniorenverband.de

JUNIOREN AUF TOUR DE GOURMET

Die Fachexkursion 2019 des Juniorenverbandes des Deutschen Fleischerhandwerks führte nach Spanien, wo 13 Teilnehmer den iberischen Kultschinken und andere einmalige Produkte kennenlernten.

Jedes Jahr nehmen die Teilnehmer dieser mehrtägigen Exkursion eine bestimmte Region und deren Spezialitäten unter die Lupe. Dabei liegt der Fokus auf Fleisch und Fleischerzeugnissen, aber oft bringen europäische Regionen neben Schinken und Wurst weitere beachtenswerte Lebensmittel hervor.

So stand zwar 2019 der spanische Schinken Jamón Ibérico im Fokus der Exkursion nach Madrid und Salamanca, im dicht gepackten Programm blieb aber genügend Raum, die Tapas-Kultur, ihre besonderen Fleischerzeugnisse, Käse, Olivenöl und Wein zu würdigen. Eine gründliche Einführung in die spanische Lebensart erhielten die Teilnehmer schon am Abend des Anreisetages beim Besuch der historischen Markthalle Mercado de San Miguel. Dort kauft man an kleinen Ständen Tapas und ein Getränk, erobert sich einen Platz und genießt. Hochwertiges Olivenöl war Schwerpunkt beim Besuch der Produktionsstätte der Recespaña Sociedad Cooperativa nahe Madrid. Vom Anbau und Ernte verschiedener Olivensorten über die Herstellung bis zur Verkostung und Bewertung unterschiedlicher Qualitätsstufen wurde dort kompaktes, umfassendes Fachwissen über das wertvolle Lebensmittel vermittelt.



Fotos: Deutscher Fleischer-Verband

BOTSCHAFTER FÜR GENUSS

21 Absolventen bildeten sich beim jüngsten Kurs zum Fleischsommelier (BFS) in Landshut weiter und wollen nun die Begeisterung für das hochwertige Lebensmittel Fleisch wecken.

18 männliche und drei weibliche Fleischprofis zwischen 21 und 57 Jahren kamen zur neuntägigen Fortbildung mit Vorträgen, Exkursionen, Workshops und Praxistagen an die Isar. „Sie sind jetzt Experten in Sachen Fleisch. Stecken Sie andere an mit Ihrer Begeisterung und werden Sie Genussbotschafter für dieses wertvolle Lebensmittel – denn wer nicht genießt, ist ungenießbar“, würdigte Sensorik-Dozent Prof. Manfred Winkler diese Leistung. Alle wurden für feinste Nuancen von Beef bis Pork, Veredelungsmethoden von Dry bis Whisky Aged und Fragen von Tierhaltung bis Metzgereimarketing sensibilisiert. „Sie wollten eben etwas mehr“, betonte Schulgeschäftsführerin Barbara Zinkl: Keiner habe sich auf den Meister-Lorbeer ausgeruht, sondern auf Weiterbildung gesetzt, um das metzgertypische Kernprodukt

Fleisch noch besser kennenzulernen. Alle Kursteilnehmer brachten Vorbildungen als Metzgermeister, Verkaufsleiter o. ä. mit und eigneten sich zusätzliches Fachwissen an, von Produktion und Kulinarik bis Sensorik, von den besten Cuts fürs Steak bis zu raren Fleischsorten wie japanischem Wagyu. „Sie machen Qualität sichtbar, damit der Verbraucher bewusster genießen kann“, sagte Prof. Winkler. Jeder Fleischsommelier sei gerüstet wie ein „analytisches Messinstrument“. Mit diesen Fähigkeiten und dem Fachwissen könne man Verbraucher für handwerkliche Betriebe zurückgewinnen, die Fleisch nur als Lockmittel im Discount kannten. Den kürzesten Anreiseweg hatte Andreas Simmel (24). Der Landshuter machte 2015 sei-



nen Meisterkurs in Landshut und sammelte u. a. Berufserfahrung in Österreich. Seit gut fünf Jahren arbeitet er in vierter Generation in der familieneigenen Metzgerei Wagner in Pfeffenhausen mit Oma, Mutter und Vater Konrad Simmel (55) Hand in Hand als Allrounder von Produktion über Verkauf bis Verwaltung. 2018 nahm er bei der Metzger-WM als Mitglied im deutschen Butcher Wolf Pack teil. www.fleischerschule-landshut.de



B&L MedienGesellschaft Food-Pinups

In jeder Ausgabe des neuen Kundenmagazins carneo finden die Leser ein Food-Pinup, auf dem das hochwertige Produkt Fleisch appetitlich in Szene gesetzt wird. Diese Pinups sind nichts Unanständiges. Es sei denn, man stört sich daran, dass ein tolles Stück Fleisch fast schon unanständig lecker dargestellt wird. Dazu ein frecher Spruch – mehr braucht es nicht, damit einem bewundernden Fleischesser das Wasser im Munde



zusammenläuft. Ein perfektes Bild sagt mehr als 1.000 Worte – und hier soll es laut und deutlich „lecker!“ sagen. Das ist die Auffassung des carneo-Teams, dass Menschen auf diese Weise von den vielen Qualitäten und hochwertigen Produkten der Innungs-Fleischereien überzeugen und neue Kaufimpulse anstoßen will. „Es würde mich nicht wundern, wenn sich einige die Pinup-Seiten tatsächlich an die Wand pinnen. Viele positive Reaktionen bestätigen uns, dass carneo bei Lesern und Innungs-Fleischereien gut ankommt“, sagt der zuständige Marketingmanager Joachim Mantz. Interessierte Fleischereien können carneo unverbindlich testen. Infos: Tel: (02103) 204-444, E-Mail: info@carneo-online.de oder www.blmedien.de/carneo.

Fotos: 1.BFS, B&L MedienGesellschaft

Vespermesser, 23 cm mit Prägung oder Laser, ab € 0,99 + MwSt.

Kühltragetasche 39 x 34 + 10 cm mit Druck ab € 1,89

www.burkhardt-werbe.de
Tel. (07031) 275 275 • Fax 27 99 74

Katalog anfordern!

Aerodynamik-Kühlfahrzeuge direkt vom Hersteller

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

KRESS KÜHLFAHRZEUGE
☎ 06226 9263-0 www.kress.eu

WORMANN WORLD OF TRAILERS

JUBILÄUMS-VERKAUF 55 Jahre
18. - 20.10.2019 10-17 Uhr

Aktions-Angebote

Thermoking - Kühlanhänger mit Rohrbahn
Serrano - Verkaufsanhänger mit Kühltheke

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



STARKER AUFTRITT

Auf der Deutschen Grillmeisterschaft in Fulda Anfang August waren auch einige Profis aus dem Fleischerhandwerk aktiv. Sie repräsentierten ihren Berufsstand stärker denn je.

Um die Titel grillten 47 Teams (Profis: 24; Amateure: 23), die ihrer Passion zum vierten Mal in Folge auf der Messer-Galerie oberhalb der Barockstadt frönten. Über 20.000 Besucher zählten die Organisatoren der German Barbecue Association an beiden Tagen – bei sonnigem Grillwetter. Live-Musik, BBQ-Shows und ein BBQ-Fachmarkt machten Lust auf noch mehr Grillvergnügen.

Da durfte natürlich auch das Fleischerhandwerk nicht fehlen. Und so nutzen einige engagierte Vertreter/-innen diese Gelegenheit ausgiebig. Als Grillteam mit Mitgliedern aus dem Fleischerhandwerk waren die „Grillrabauken“ aus der Metzgerei Amann aus Hüttisheim am Start und gaben zum zweiten Mal ihr Bestes. Sie landeten auf einem guten Mittelplatz.

Ebenfalls zum zweiten Mal vermittelte der Verein Fleischsommelier Deutschland (Reiner Reutzel, Michael Keller und Fritz Wied) sein Wissen über Fleisch & Co. und klärte die Besucher über Unterschiede auf. Auch die Metzgerei Lotter Oberpfalz Beef um Metzgermeister Johannes Lotter bot wie in den vergangenen Jahren hochwertige, regionale Fleischspezialitäten in Fulda an. Am „800“-Stand präsentierte der Obermeister der Innung Maintaunus, Oliver Weber, „Bratwürste für die Sinne“ in kreativen Geschmacksrichtungen.

Seine Premiere feierte der gemeinnützige Verein „Fleischerhandwerk – wir sind anders“. 15 Mitglieder – davon viele neue – waren prä-

sent und klapperten kräftig für das Handwerk. An ihrem Messestand informierten sich die Besucher über den Verein sowie sein Engagement für den Branchennachwuchs. 2016 von zwölf Frauen sowie Sven Tholius (†) gegründet, kommt der Verein heute auf rund 100 Mitglieder. Gut an kamen nicht nur die Turnbeutel mit flotten Sprüchen („Frau mit Grill such Mann mit Kohle“ – und umgekehrt), sondern auch die mit einem pinkfarbenen Griff versehenen Gieser-Messer sowie Poloshirts und Hemden. Zudem machte der Verein auf sein neues Projekt – das Buch „Wir machen's Euch“ aufmerksam, das Geschichten rund um das Abenteuer Metzgerhandwerk enthalten wird. *meth*

www.fh-wirsindanders.com, www.gbaev.de

Die Sieger 2019

PROFIS

- **Deutscher Meister/Grillkönig 2019:** Grillteam GutGlut, Michael Hoffmann, Rösrath
- **Platz 2:** BBQ Monster, Sebastian Schenen, Syke
- **Platz 3:** BBQ Wiesel, Oliver Sievers, Bochum

AMATEURE

- **Deutscher Grillmeister 2019:** Ringo's Stars (Damen-Team), Susann Maas, Colbitz
- **Platz 2:** Berliner BBQ Brothers, Jan Zaschenberger, Berlin
- **Platz 3:** Brandstifter, Ralf Ahaus, Echterdingen



FLEISCH VEREDELN

Diente das Pökeln, Räuchern oder Trocknen einst der Nahrungssicherung im Winter, geht es bei der Fleischveredelung heute vor allem um Geschmackserlebnisse.

Die beste Grundvoraussetzung für alle Arten der Haltbarmachung oder Veredelung von Fleisch ist eine Herkunft aus der direkten Umgebung, da es so keine langen Transportwege hinter sich hat. Nachfolgend werden einige Arten der Haltbarmachung vorgestellt:



AQUA-AGING

Diese Methode propagierte der hessische Fleischexperte und Fleischsommelier Dirk Ludwig („Der Ludwig“) aus Schlüchtern 2014 erstmals in Deutschland. In speziellen Containern mit Mineralwasser aufgegossen, bedeckt und beschwert, reift das eingebrachte Fleisch unter Luftabschluss etwa vier Wochen. Gilt als Alternative zur Vakuumreifung.

ASCHEREIFUNG

Bei dieser Methode bindet Pottasche das Wasser und wird alkalisch, wodurch die konservierende Wirkung entsteht. Mit einer Mischung aus Buchenasche, Gewürzen, Salz und Pfeffer eingerieben, reift etwa ein Rinderrücken mehrere Wochen am Knochen. Das tiefrote Fleisch im Aschemantel kommt oft so auch in den Verkauf.

BEIZEN

Eine Beize – ob trocken oder nass – entzieht dem Fleisch Wasser und macht es zart. Früher wurde vor allem Wildfleisch so behandelt. Beizen lassen sich auch Edelteile von Rind oder Schwein. Das Beizen dauert mindestens 30 Minuten, ideal sind mehrere Stunden. Danach ergibt sich in der Regel ein intensiverer Geschmack als zuvor.



DRY-AGING

Zu Großvaters Zeiten die Regel, dann viele Jahre vergessen, erfreut sich diese Methode heute wieder großer Beliebtheit und bescherte so manchem Metzgermeister satte Gewinne. Das Fleisch reift hier bei Temperaturen zwischen 1,5 und 4°C bei einer Luftfeuchtigkeit von rund 85 % in einem geschlossenen Mikroklima. Es trocknet langsam aus, der Geschmack konzentriert sich nach innen.

LUFTTROCKNUNG

Ahle Wurst aus Nordhessen oder Culatello di Zibello aus der Emilia Romagna – zwei typische regionale Produkte der Lufttrocknung. Diese wird vor allem in Bergregionen, an der See oder in mediterranem Klima angewandt. Durch das mehrmonatige bis jahrelange Trocknen geht die Feuchtigkeit im Produkt verloren und der Geschmack wird sehr intensiv.



PÖKELN

Gepökelt werden vor allem Teilstücke vom Schwein wie Kassler, Schulter oder Bauch. Diese liegen entweder stundenlang in einer Lake oder man spritzt diese direkt in das Fleisch hinein. Beim Spritzpökeln trocknet das Fleisch nicht aus. Kassler wird gepökelt und kurz heiß geräuchert.



RÄUCHERN

Einer der Klassiker ist Schwarzwälder Schinken, dessen Schweinekeulen nicht aus dieser Region stammen, aber dort verarbeitet worden sein müssen. Nach einigen Wochen in einer speziellen Lake mit Gewürzen wird der Schinken gelagert und kalt mit Nadelhölzern aus dem Schwarzwald geräuchert. Das Rauchmaterial bestimmt den Charakter des Produktes.

SALZEN

Ein lange haltbarer Lardo aus dem Rückenspeck toskanischer Hausschweine diente früher den Arbeitern in den Marmorsteinbrüchen als Proviant. Die Speckseiten werden großflächig und üppig mit Salz





WISSENS-CHECK TRAINING: Know-how: Fleisch veredeln

engerieben. Alle vier bis sieben Tage wird das Fleisch gewendet; es darf nicht in der eigenen Lake liegen. Das dauert bis zu fünf Wochen. Es folgen sechs bis zwölf Tage Lufttrocknung.

TALGREIFUNG

Rund vier bis sechs Wochen reift Fleisch luftdicht abgeschlossen in einer Schicht aus ausgelassenem Rinder- oder Schweinefett. Dieses wird mit Hilfe eines Pinsels aufgebracht oder man taucht das Fleischstück immer wieder in einen mit flüssigem Talg gefüllten Topf. Die Schicht schützt vor Mikroorganismen und vor dem Aus-

trocknen. Das hellrote bis rotbraune Fleisch wird zart und ist sehr aromatisch.

SCHIMMELREIFUNG

Das Reifen mit einem Edelschimmelpilz (Luma-Methode) entwickelten die Schweizer Lucas Oechslin und Marco Tessaro vor etwa zehn Jahren. Dieser Vorgang dauert am Knochen vier Wochen, bei einer Temperatur von 1 bis 3°C und 85 % relativer Luftfeuchtigkeit. Die Hyphen des Pilzes wachsen bis zu 3 cm ins Fleisch hinein und machen es zarter als zuvor. Nussige, erdige Noten sind typisch. *mth*



Welche eingesalzene Spezialität diente den Arbeitern in den Marmorsteinbrüchen der Toskana als Proviant?



Wann entwickelten die Schweizer Lucas Oechslin und Marco Tessaro ihre Methode der Schimmelreifung und was macht sie aus?



Nenne zwei regionaltypische Produkte, die luftgetrocknet werden.



Wie lange sollte das Beizen idealerweise dauern?



Bei welchen klimatischen Bedingungen läuft das Dry-aging ab?



Was genau verbirgt sich hinter der Aschereifung?



Ohne Zusatzstoffe kommen Fleischprodukte nicht aus. Hilfs- und Zusatzstoffe sind zum Herstellen notwendig, um den Charakter des Produkts und seine Haltbarkeit sicherzustellen.

FARBSTABILITÄT GEWÄHRLEISTEN



Welche Zusatzstoffe in welchen Mengen und Produkten zugelassen sind, ist in der Verordnung (EG) Nr. 1333/2008 für die EU festgelegt. Über deren Verwendung ist zu informieren, bei verpackten Lebensmitteln durch den Klassennamen, der auf den Verwendungszweck hinweist, und durch die Verkehrsbezeichnung oder die E-Nummer des betreffenden Lebensmittelzusatzstoffes. Unternehmen, die für das Herstellen ihrer Lebensmittelprodukte Zusatzstoffe verwenden und korrekt am Produkt kennzeichnen, tun das in Kenntnis ihrer Verantwortung vor dem Verbraucher. Fürchten müssen sie höchstens Konkurrenten, die ein

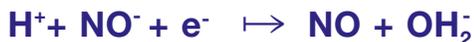
vergleichbares Produkt vielleicht günstiger anbieten. Zusatzstoffe kommen in Fleischprodukten zum Einsatz, um deren Farbe, Konsistenz, Geruch und Geschmack zu erhalten bzw. zu verbessern, die Haltbarkeit zu gewährleisten und die Gesundheit des Verbrauchers zu schützen. Nachfolgend wird auf das Gewährleisten der Farbe des Fleischprodukts näher eingegangen.

DIE FARBE

Fleisch und Fleischprodukte haben eine natürliche rote oder rosa Farbe. Nur selten ist es angebracht, diese durch Zugabe von Farbstoffen zu korrigieren oder zu verbessern. Die übliche

rote Fleischfarbe ist auf den Gehalt an Hämfarbstoffen zurückzuführen: Myoglobin und Hämoglobin. Diese sind im rohen Fleisch vor Oxidation durch Sauerstoff geschützt, denn im Fleisch sind Oxymyoglobin und Oxyhämoglobin enthalten. In Fleischprodukten wird ihre Stabilität durch die Reaktion mit Natriumnitrit (E 250) aus der Pökelsalzmischung sichergestellt. Die eigentliche Reaktion von Nitrit mit Hämfarbstoffen ist ein komplizierter Komplex, der leicht als zwei aufeinanderfolgende Reaktionen erklärt werden kann, nämlich die Nitritreduktion und die anschließende Bindung des gebildeten Stickoxids ans zentrale Eisenatom im Myoglobin- oder Hämoglobinmolekül.

Zunächst wird Nitrit in saurem Medium zu Stickstoffoxid reduziert:



Diese Reduktion kann auch bei Myoglobin alleine auftreten:



Das gebildete Stickoxid reagiert dann mit einem anderen Myoglobinmolekül unter Bildung von Nitroxy-myoglobin:



In der ersten Reaktion erzeugtes Metmyoglobin wird entweder chemisch (Elektronendonoren SH-Proteingruppen) oder biochemisch (durch Enzyme) reduziert. Während des Erhitzungsprozesses werden die Proteine verändert, wobei die Thiolgruppen verfügbar werden. Diese reduzieren das Metmyoglobin zu Myoglobin, das dann zur Bildung eines anderen Nitroxy-myoglobinmoleküls verwendet werden kann. Während des Erhitzens auf die Denaturierungstemperatur wird daher die rosa-braun-braune Färbung von Fleischprodukten beobachtet. Vervollständigt wird die Farbstoffstabilisierung durch die thermische oder saure Denaturierung der Hämfarbstoffe. Das Peptidkettenglobin wird abgerissen und der rosa Farbstoff Nitroxyhämochrom bleibt inhärent. Frühere Technologien verwendeten den Zusatz von Nitraten, insbesondere Kaliumnitrat (Salpeter, Sanitr, Salnytr, E 252).

Diese mussten aber zuvor durch die Einwirkung von mikrobiellen Enzymen auf Nitrit reduziert werden. Damit die mikrobielle Reduktion von Nitrat zu Nitrit abläuft, wurde früher das mit Nitrat gesalzene Fleisch eine gewisse Zeit gelagert. Das direkte Verwenden von Nitrit führte aber wesentlich schneller zum Ziel; so wurde der Begriff „schnellebig“ geschaffen. Anfangs war das Dosieren schwierig. Das direkte Verwenden von Nitrit kann aufgrund zu hoher Dosierung zu Vergiftungen führen. Um das zu verhindern, wurde eine Kochsalzlösung mit Natriumchlorid eingesetzt. So war eine Überdosierung von Natriumchlorid (insbesondere aufgrund des salzigen Geschmacks) leichter auszuschließen. Hier ist an das bekannte Prager Salz mit der Bezeichnung Pragma zu erinnern (s. Bild unten).

VERGIFTUNG ERST BEI ÜBERDOSIS

Seit fast 90 Jahren wird überall ungefähr dieselbe Gemischzusammensetzung verwendet, im deutschen Nitritpökelsalz (NPS) 0,4 bis 0,5 % oder im „Special“ etwas mehr (0,8 bis 0,9 %). So kommen beim konventionellen Einsalzen (ca. 2 %-ige Salzmischung) etwa 100 mg/kg ins Produkt. Der größte Teil dieser Dosis reagiert und hinterlässt Einheiten von 10 mg/kg. Für eine Vergiftung wäre eine tausendfach höhere Menge nötig. Kontroverse Behauptungen über die Toxizität oder die Möglichkeit der Krebsentstehung durch Fleischprodukte führten seit Mitte des vergangenen Jahrhunderts zu einer Reihe von Ersatzstoffen für Nitrite und zu Bemühungen, sie völlig als Zutat auszuschließen. Letzteres ist bisher gescheitert. Eine eindeutig gleichwertige Substitution von Nitrit ist wohl nicht möglich. Ohne Nitrit werden Hämfarbstoffe durch Oxidation braun. Bei gekochten Produkten (Leberwürste, Presskopf,

usw.), bei denen die graubraune Farbe sogar traditionell ist, spielt das aber keine Rolle. Auch ein Zusatz von Fremdfarbstoff hilft nicht, wie einige irrtümlicherweise glauben. Obwohl die Zugabe von rotem Farbstoff die Intensität der roten Farbe erhöht, werden die Hämfarbstoffe im Fleischprodukt ohne Nitrit während des Erhitzens nicht vor Oxidation geschützt. Sie werden braun und die resultierende Farbe ist unvermeidlich nur braunrot.

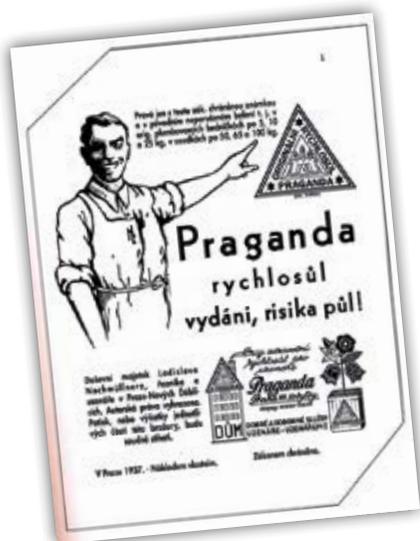
PFLANZLICHE EXTRAKTE

Sellerie, Spinat, Mangold oder andere pflanzliche Extrakte enthalten von Natur aus unterschiedliche Konzentrationen an Kaliumnitrat (tatsächlich E 252). Das ist jedoch kein gesünder Ersatz, denn es wird mit Hilfe der Starterkulturen in Nitrit (E 250) umgewandelt. Der Unterschied zur direkten Zugabe von Nitrit ins Salzgemisch besteht darin, dass die Konzentration von Nitrit und Nitrat im Produkt variabel sein kann und die Farbe bei einer Fehlfunktion der Mikroflora möglicherweise nicht gewährleistet ist. Leider gibt es keinen gesetzlich vorgeschriebenen Grenzwert für den Restnitritgehalt und es besteht auch nicht die Verpflichtung, diesen in der Zusammensetzung des Produkts anzugeben. Das Verwenden pflanzlicher Extrakte anstelle von NPS ist daher eher eine von Produzenten genutzte, unethische Möglichkeit, das von manchen Verbrauchern kritisch gesehene E 250 nicht auf der Zusatzstoffliste angeben zu müssen.

NITRIT KONSERVIERT

Nitrit ist in zugelassenen Konzentrationen und unter Verwendung zertifizierter Salzmischungen gesundheitlich unbedenklich und nicht nur ein Farbstabilisator, sondern auch Konservierungsmittel. Es trägt zur Unterdrückung der Keimung der Clostridien sporen bei und verhindert so die Produktion tödlichem Botulinumtoxins, dem sog. Wurstgift. Aber wie soll man Nitrit dann kennzeichnen – als Farbstabilisator oder Konservierungsmittel? Wir überlassen dieses Problem dem Gesetzgeber. Der Verbraucher ist sowohl über die Gründe als auch die Auswirkungen für die Verwendung von Nitrit zu informieren. Es ist immer richtig, ein sogenanntes Konservierungsmittelkennzeichnung (E 250) zu verwenden, auch wenn der Zusatzstoff hauptsächlich aufgrund der Farbgebung genutzt wird.

Prof. Petr Pipek, Dr. Heinz Schleusener



Das Prager Salz (Praganda) wurde in den 1930er-Jahren vom Metzger Ladislav Nachmüllner patentiert.



Reifen mit Kultur

Für die Herstellung von schnittfester Rohwurst, Snackprodukten, mediterranen und fettreduzierten Applikationen sowie Zwiebelmett eignet sich die Lebensmittelkultur Bitec® Starter B Mild & Fast von Frutarom Savory Solutions. Solche Kulturen steuern den Reifeprozess von Rohwurst und Rohpökelfleisch, beeinflussen das Aroma und sind für die Ausbildung der gewünschten Struktur sowie der Lagerstabilität verantwortlich. Durch kürzere Fermentationszeiten sinken die Kosten. Die Kulturen der Bitec® Starter B-Range bilden zudem antagonistische Substanzen, die etwa gegen *L. monocytogenes* wirken. Sie stören die Membranintegrität der Isterienzellen, wodurch diese absterben. Bitec® Starter B Mild & Fast kennzeichnet ein mildes, harmonisches Fermentationsaroma, auch bei niedrigen pH-Werten. Ein hoher Anteil an Staphylokokken sorgt für eine gute Farbausbildung und -haltung. Alle Kulturen der Frutarom-Gruppe werden in Stuttgart-Feuerbach hergestellt. www.frutarom.eu

Fotos: Frutarom, Hagesüd Interspace

Wurst im Mosaik

Für bewusste Kunden führt Frutarom Savory Solutions Gelatine, die ohne kennzeichnungspflichtige allergene Zutaten sowie zugesetzte, geschmacksverstärkende Zusatzstoffe auskommen. Ob klassisch, mit Obst- oder Gemüsesäften gefärbt, frischen Kräutern oder in Dreieck- oder Herzform – Sülzen sind nicht nur im Sommer optisch und geschmacklich ein Hit. Die Basis der Wiberg und Gewürzmüller Speisegelatine besteht ausschließlich aus Schwein oder Rind. Das Qualitätskriterium von Gelatineprodukten ist die Gelierkraft. Dafür gilt als Standard: Mit der sog. Bloomzahl wird die Festigkeit der Gelstruktur bestimmt, die eine Speisegelatine bilden kann. Je nach Anwendung und gewünschter Festigkeit, kommen Gelatine mit einer Bloomzahl von 60 bis 280 zum Einsatz. Die Speisegelatine der hauseigenen Marken haben einen Bloomwert von 120 bis 260, da sich das Aspik als gut schnittfähig erweist. Für eine Knoblauchnote sorgt Aspita R260 (Wiberg). Als Einlagen stehen etwa grüne Oliven mit Paprika-Paste, Pistazien Premium geschält, Paprika-Würfel rot klein oder Gurken-Würfel parat. Als Hülle eignet sich die WI-Steril Kunststoffhülle, ein nicht schrumpffähiger, formstabiler Sterildarm. www.frutarom.eu



Käse als Zutat

Das universell einsetzbare Präparat Javarom® Cheese OG+0 von Hagesüd Interspace eignet sich zur Herstellung von Wurstsorten mit Käseeinlage. Sein feines Käsearoma unterstützt und verstärkt den Käsegeschmack der Einlage in der Wurst laut Hersteller harmonisch. So gelingen etwa Berner Würstchen, Käsekrainer, Käsewiener oder -bierwurst sowie Käsebockwurst. Im Präparat enthalten ist die Würzrichtung Pfeffer, Knoblauch, Koriander, Muskat, Kümmel, zugesetztes Mononatriumglutamat oder allergene Zutaten nicht. Käsewürstchen mit ihrem würzigen Fleischgeschmack, gemischt mit verschmolzenem feinen Käse, sind ein besonderer Leckerbissen und sollten auf keiner Grillparty fehlen. www.hagesued.de

3, 2, 1, FERTIG!



DIE PERFEKTE SOUS-VIDE-ZUBEREITUNG MIT UNSEREN INJEKTIONEN UND WÜRZMISCHUNGEN
SCHMACKHAFTE LÖSUNGEN FÜR DIE GEHOBENE CONVENIENCE-KÜCHE

Beck
Gewürze und Additive



Ausgewähltes für kalte Tage

Die familiengeführte Moguntia Food Group, mit festen Wurzeln in Deutschland und Österreich, präsentiert unter ihren Einzelmarken Fleischer, Indasia und Moguntia Spezialitäten für die diesjährige Herbst- und Wintersaison.

Pfefferbeißer® to go –

Die neue Indasia Snack-Handtasche sorgt für Aufmerksamkeit

Der Online-Handel von Lebensmitteln und neue Strategien der Discounter erhöhen den Wettbewerbsdruck. Die Bedienteke gewinnt damit immer mehr an Bedeutung als Profilierungsinstrument. Sie ist und bleibt das Aushängeschild des Marktes und kann mit einem ansprechenden Angebot, Kunden langfristig binden. Diesen Herbst sorgt die weltweit agierende

Moguntia Food Group mit der aufmerksamkeitsstarken Snack-Handtasche für neue Impulse an der Bedienteke. Gefüllt mit Pfefferbeißern® oder anderen Arten von Rohwürsten ist sie ein beliebtes Mitbringsel als

Alternative zu Pralinen oder Blumen, das perfekte Männer-Geschenk anstatt Socken und Krawatten oder ein idealer Begleiter bei Ausflügen.

Grillsaison ohne Ende mit Moguntia Grillis®

Ein knisterndes Feuer, glühende Kohlen, warme Ge-



tränke, frische Winterluft und der herrliche Duft von Gegrilltem – das ist Wintergrillen. Längst ist BBQ kein Sommer-Phänomen mehr, gegrillt wird auch bei Eis und Schnee. Worte wie An- und Abgrillen werden überflüssig. Für die richtige Würze zu Spare Ribs, Rumpsteaks, Spießen und Co. sorgen GRILLIS®. In fünf Geschmacksrichtungen, ohne Zusatzstoffe vereinen sie die Vorteile von Trocken- und Nasswürzung und sorgen auch bei Minustemperaturen für echte Grillfreuden. Denn der wahre Grillmeister lässt seinen Grill im Winter nicht im Keller verstauben, er überrascht seine Freunde auch außerhalb der Sommerzeit mit einem Outdoor-Grillfest à la Moguntia Food Group.

Neue Sorten der leckeren Dipsaucen

In einer unvergleichlichen Sortenvielfalt präsentiert die Moguntia Food Group leckere Grill- und Dipsaucen unter der Marke FLEISCHER exklusiv im Fleischerfachgeschäft. Die Klassiker Sweet Chili, Smokey BBQ, Curry Hawaii und Hot Cocktail sind in der warmen und kalten Jahres-

zeit gleichermaßen beliebt. Dass die Saucen nicht nur für die Grillsaison sind, beweisen auch die zwei neuen Sorten. Mit Tasty Burger wurde eine ultimative Burger-Sauce entwickelt, die mit ihrer herzhaften Rauchnote auch jedes Fleisch-Fondue bereichert. Die cremige Sahne-Note und das feine Knoblauch-Aroma der Black-Garlic-Sauce passen dagegen perfekt zu Sandwiches, Gemüsesticks oder zum Raclette.

Neue Herbstprodukte der Marke FLEISCHER in ihrem Jubiläumsjahr

FLEISCHER ist die Exklusivmarke für das Fleischerfachgeschäft und feiert 2019 ihr 70jähriges Jubiläum. Passend zum Herbst wird das FLEISCHER-Sortiment um fünf neue Suppen und Eintöpfe ergänzt, küchenfertig zubereitet nach traditionellen Rezepturen mit hochwertigen Zutaten – wie zu Großmutterns Zeiten. Denn was gibt es besseres, als an einem kalten, regnerischen Herbsttag nach Hause zu kommen und Erbseneintopf, Linseneintopf, Graupensuppe, Gulaschsuppe oder Kartoffelsuppe zu genießen?



Farblich stabil

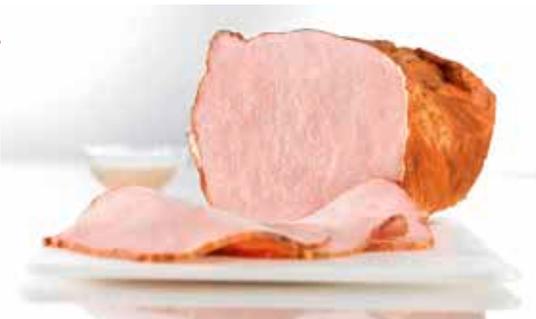
Einige interessante funktionelle Hilfsstoffe für die Wurstproduktion führt auch Beck Gewürze und Additive im Sortiment. Das klassische Umrötmittel RotStabil Classic 210 ist für alle Arten von Wurstwaren sowie für Kochschinken geeignet. Es bewirkt eine schnelle, intensive, gleichmäßige Umrötung und Farbhaltung, sowie ein intensives Pökelaroma. Das färbende Produkt Colarmin C mit echtem Karmin intensiviert und stabilisiert die Produktfarbe. Auch bei starkem Lichteinfluss bleibt die typische Fleischfarbe erhalten. Bei Fermento FWR-H 214 handelt es sich um eine ausgesuchte Kombination färbender Lebensmittel, die vor allem bei weichen und gereiften Rohwurstarten die natürliche rote Fleischfarbe unterstützt. www.beck-gewuerze.de



Ohne Zusatzstoffe



Fachliches Wissen, jahrelange Erfahrung und Kundenwünsche bestimmen die Produktentwicklung beim Nubassa Gewürzwerk. Das gilt auch für „Free from“-Artikel, wie drei neue Produkte ohne deklarationspflichtige Allergene und E-Nummern zur Herstellung von Brühwurst und brühwurstartigen Erzeugnissen ohne Zusatzstoffe zeigen. Das Kutteraroma Nubassan A CL/AF ersetzt Phosphat, Citrat und Carbonat. Bei einer Zugabe von 6 bis 9 g/kg verstärkt es die Bindung und Stabilität durch Verbesserung der Eiweißaktivierung beim Kuttern. Das Gemüseextrakt Nuba-Naturex CL/AF sorgt mit einer Zugabe von 3 bis 6 g/kg in Verbindung mit den Starterkulturen Baktoferment 61 CL/AF auf natürliche Weise für eine Umrötung. Bei der Wurstherstellung ist eine ausreichende Umrötezeit vor der Wärmebehandlung zu berücksichtigen. In Kombination mit dem Nuba-Würzrot CL/AF werden gute Produkteigenschaften nochmals verbessert. Der Geschmack der Wurstspezialitäten wird intensiviert. Zudem stabilisieren die Gewürz- & Gemüseextrakte die frische rote Farbe der Wurstprodukte. www.nubassa.de



Universeller Zusatz

Eine hohe Ausbeute bei einer Einspritzrate zwischen 60 und 100 % bei Kochpökelfleisch 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

Fotos: Beck Gewürze und Additive, Nubassa Gewürzwerk, Van Hees




MariTop
PREMIUM

NEU! **Peppadew®**
die besondere
Feinkost-Kirschpaprika
aus Südafrika

Pikant & pfannenfertig!

MariTop Premium Peppadew®, überzeugt mit einer pikant feinen Geschmackskomposition. Diese neue Marinade verleiht Fleisch, Fisch und auch vegetarischen Speisen eine ganz unverwechselbare Note. Begeistern Sie Ihre Kunden mit neuer AVO-Premium-Convenience!

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



Saftig, feinwürzig, fettarm – deshalb sind Kochpökelwaren beliebt. Für funktionelle und geschmackliche Perfektion sorgen neue Generationen an Spritzmitteln.

INNERE WERTE ZÄHLEN

Kassler, Kochschinken oder Bratenaufschnitt zählen zum Standardrepertoire in der Theke. Eine hohe Qualität ist bei Kochpökelwaren durch angenehme Saftigkeit, ein abgerundetes Geschmacksprofil, natürliche Farbausbildung und -stabilität sowie einen guten Zusammenhalt der Scheiben gekennzeichnet. Der Kulmbacher Gewürzspezialist Raps unterstützt Handwerksmetzger mit einem erweiterten Spritzmittelsortiment, das jegliche Aufgabenstellung berücksichtigt: Die flüssigen oder streufähigen Spritzmittel der RA-Lak Range ermöglichen die ganze funktionelle Bandbreite der Kochpökelwarenerstellung. Die neuen Lak-Top Würzungen sorgen dabei für eine intensive Geschmacksausprägung. Durch die Trennung von Funktion und Geschmack können Fleischer die Würzintensität selbst bestimmen, ohne die technologischen Eigenschaften verändern oder anpassen zu müssen. Um Wasserbindungsvermögen, Ausbeute sowie Haltbarkeit und Frische besser steuern zu



können, wurde an der pH-Wert-Stabilisierung getüfelt, sodass bei einigen Applikationen eine phosphatfreie Herstellung möglich ist.

JE NACH GESCHMACK

Zum neuen Sortiment zählen etwa ein streufähiges Spritzmittel, das nach dem VLOG-Standard gekennzeichnet werden darf, sowie ein Bio-geeignetes Flüssigprodukt auf Citrat-Basis. Für streufähige Spritzmittel wurde ein pH-Wert Regulator entwickelt, der die Wasserbindung im Produkt verbessert, selbst wenn komplett auf Phosphat und/oder Citrat verzichtet wird. Auch für Geflügelapplikationen gibt es ein neues Spritzmittel mit pH-Wert Regulator, das nicht nur für Saftigkeit sorgt, sondern auch für das feine Geschmacksprofil „Jambon Superior“. Für Bio-Schinken und Selchfleisch gibt es zwei Bio-Spritzmittel mit natürlichen Aromen und Gewürzextrakten. Zur erweiterten Serie der Flüssigspritzmittel zählt ein Bio-geeignetes Produkt, das das Wasserbindungsvermögen und die Umrötung unterstützt.

Flexibilität und Einfachheit in der Herstellung sind wichtige Stellgrößen

für eine hohe Wirtschaftlichkeit. „Dies haben wir bei der Entwicklung unserer neuen Würzungen im Sinne eines Baukastensystems bewusst berücksichtigt“, erklärt Norbert Pfaller, Head of Product Management: „Unsere streufähigen Lak-Top Würzungen werden direkt der Lake zugegeben. Dadurch, dass Spritzmittel und Würzung jeweils separat dosiert werden können, ermöglichen wir Fleischern die Freiheit, individuelle Geschmacksnuancen herzustellen – passend zu den Kundenpräferenzen.“ So können Restlakebestände, die nach der Großproduktion von traditionellem Kochschinken übrig sind, wirtschaftlich eingesetzt werden, um saisonale Spezialitäten oder Trendprodukte herzustellen. Mit dem Lak-Top Sortiment stellt das Unternehmen dafür interessante Geschmacksrichtungen bereit, z. B. BBQ, Café, Mediterran, Spargel oder Wacholder. Als Topping eignen sich Dekor-Würzungen, mit oder ohne zugesetztem Salz. Die würzigen und fruchtigen Kompositionen werden von scharfen Pfefferdekoren ergänzt, die jeweils unterschiedliche Präferenzen bedienen. Bei den Flüssigwürzungen finden sich weitere Geschmacksrichtungen wie Bratzwiebel oder Rauch, etwa für Selchfleisch.

www.raps.de

GESCHMACK IST TRUMPF.



ohne
Fessmann



Von wegen „schmeckt nach Schuhsohle“!

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 Räucherzeugern der RATIO-Familie kombinierbar
- Stufenloses Umwälzgebläse für einheitliches Räucherklima in der gesamten Anlage und beste Räucherergebnisse

WEG EINES WETZSTAHLS

Nur mit einem hochwertigen Wetzstahl – und natürlich Können – bleiben Messer länger scharf. Seit über 140 Jahren zählen die praktischen Helfer zum Sortiment von Friedr. Dick.

Wetzstähle gehörten, neben einem vielfältigen Sortiment an Feilen, schon im Jahr 1893 zum Angebot, das Kommerzienrat Paul Friedr. Dick (1851-1938) zur Weltausstellung in Amerika mitnahm. Die Originalvitrine aus Edelh Holz können Besucher im Foyer am Firmensitz in Deizisau bestaunen. Von der Feilhauerwerkstatt 1778 zum innovativen Industrieunternehmen heute – dabei verlor das familiengeführte Unternehmen nie den Bezug zu seinen Wurzeln. Wetzstähle stellt es seit 1873 her. Paul F. Dick entwickelte zusammen mit Stahlwerken Spezialstähle für seine Erzeugnisse, sicherte sich Patente, schuf neue Produkte sowie den Markennamen F. Dick – die Basis für rund 30 unterschiedliche Variaten – teilweise passend zu den Messerserien, mit Standard-, Fein-/Superfein- oder Saphirzug, poliert oder speziellen Beschichtungen. Der limitierte Jubiläumswetzstahl im Dezember 2018 war schnell ausverkauft. Hergestellt werden die etwa 300.000 Wetzstähle pro Jahr von rund 110 Mitarbeitern in der ganzen Fertigung inklusive Zeitarbeiter auf 8.000 m² Produktionsfläche. Hinzu kommen über 1 Mio. Fleischer-/Ausbeinmesser sowie etwa 40.000 geschmiedete Kochmesser in zahlreichen Serien.

DIE ARBEITSSCHRITTE

Viele Fleischer schwören auf den Klassiker Dickoron. Doch bevor ein solcher beim Anwender in den Händen liegt, hat ein Wetzstahl eine „lange Reise“ hinter sich, die nur wenigen bewusst ist.

Eine Mischung aus traditioneller Handarbeit und moderner Fertigungstechnologie kennzeichnet diesen Weg bei Friedr. Dick. Alles beginnt mit 3 m langen Stangen aus Carbonstahl. Runde Wetzstähle werden gedreht und in Stücke geschnitten, andere Wetzstähle gesägt und an einer Formschleifmaschine geschliffen. Schon der Rohkörper verjüngt sich zur Spitze und erleichtert so später die Führung des Messers an der Klinge. Die Außenkanten sowie der Spitzenbereich werden manuell entgratet und in Form gebracht. Die Züge schneiden dann eigens entwickelte Maschinen materialschonend durchgängig in den kompletten Stahlkörper. Durch die gleichmäßig feinen Züge werden Messer später richtig scharf. Einer der wichtigsten Verarbeitungsschritte ist – ebenso wie bei Messern – das Härten. In einer Induktionshärteanlage wird die Randschicht bei 840°C sowie anschließender direkter Wasserkühlung gehärtet – der Kern



bleibt so zäh, bruchsicher und stabil. Damit der Wetzstahl beim Nachschärfen Material von der Messerschneide abträgt, ist er härter als das Messer. Zuletzt wird die Klinge galvanisch beschichtet. Dies verleiht dem Werkzeug eine zusätzliche Oberflächenhärte und schützt es vor Korrosion und Beschädigungen. Manuelle Tätigkeiten sind das Prägen des Schriftzugs und des Logos, das Montieren der Griffe sowie das Magnetisieren und Verpacken. Durch die Magnetisierung der Wetzstahlklinge wird die Messerschneide beim Wetzten etwas zum Stahl hingezogen. So wird die Schneide am Wetzstahl geführt und der Anwender unterstützt. Zudem haftet dadurch der feine Materialabtrag vom Messer am Wetzstahl und nicht an der Schneide oder im Schneidgut. Dann ist ein Wetzstahl bereit zum Einsatz...

mth

www.dick.de



WAGYU ODER WAS?

Rund um den Globus suchen die Fleischexperten Burkhard Schulte, Timo Schwarz und Yannick Meurer nach den besten Fleischproduzenten der Welt. Hier berichten sie über einen Besuch in Japan.

Das Trio arbeitet beim Online-Fleischversender Gourmetfleisch.de und ist immer wieder unterwegs, um die Welt der unterschiedlichen Rinderrassen und Fleischzuschnitte noch besser kennenzulernen. Der Fokus ist stets der persönliche Kontakt zu einzelnen Züchtern. Dabei kommt auch die Kulinarik nicht zu kurz: die Frage, wie man Wagyu Beef richtig zubereitet, beschäftigt nicht nur die drei Experten, sondern auch viele deutsche Fleischfans. Sie besuchten Farmer und Verarbeitungsbetriebe in der Region Kagoshima, eine Hafenstadt an der Südwestspitze der Insel Kyushu. Dort sind nicht nur bemerkenswer-

te Züchter heimisch, sondern auch die einzigen vier Schlachtbetriebe, die eine Zulassung für den Export von Wagyu und Kobe Beef in die EU besitzen. Erst seit 2014 ist dieser erlaubt



und an starke Reglementierungen geknüpft. Anfang Februar 2019 ging Japan mit der EU das größte Freihandelsabkommen der Welt ein. Von Deutschland über Tokio führte die Tour in die Präfektur Kagoshima. Das Team um Geschäftsführer Burkhard Schulte nahm Genetik, Aufzucht und Haltung unter die Lupe. „Schon bei der Ankunft bei unserem Züchter des Vertrauens, Toni Masachi, waren wir von der absoluten Ruhe in den Ställen, begeistert. Die Wagyu-Rinder standen in offenen großen Zehner-Boxen vor Sonne und Regen geschützt friedlich beisammen und ließen sich streicheln. Musik lief im Hintergrund“, berich-

Fotos: artivipd – adobe stock, colozrbox.de

tet Timo Schwarz, Fleischsommelier und Verkaufsleiter. Die Genetik des Wagyu-Rindes und die Reinheit der Blutlinie definieren neben der optimalen Haltung die spezielle Fleischeigenschaft und damit den Geschmack. Das Wagyu-Rind ist das am stärksten marmorierte Fleisch aller bekannten Rinderrassen. Diese typischen genetischen Eigenschaften ergeben ein zartes und saftiges Fleischvergnügen.

Doch was sagt Toni Masachi? Der Farmer berichtet, dass die Genetik auch für die Ruhe und Ausgeglichenheit der Rinder verantwortlich ist. Die Rinder werden in altersgleichen Gruppen von zehn Tieren über 28 bis 34 Monate mit einer speziellen Futtermischung aufgezogen. „Der Züchter erklärte, dass wohl jede Farm ihre eigene geheime Futter-Rezeptur verwendet, um nachher große, kräftige Rinder mit viel intramuskulärem Fett zu erhalten. Unser Eindruck: eine hoch professionelle und organisierte Aufzucht. Fleischqualität fängt bei der Aufzucht an“, berichtet Yannick Meurer.

Der Schlachtprozess ist das dritte Qualitätskriterium. Vor Ort besichtigte das Trio die Produktion eines Fleischverarbeiters und erhielt exklusive Einblicke in Techniken und Prozesse. „Auch hier sahen wir keine Massenabfertigung und absolute Ruhe. Nur etwa 70 Tiere werden pro Tag für die EU verarbeitet. Im Gegensatz zu allen anderen Betrieben, die wir bis heute besichtigt haben, hat uns hier der enorm hohe Anteil von Fett im Fleisch begeistert. Eine ganz andere Fleischstruktur, als wir sie in Europa kennen“, erklärt Timo Schwarz. Doch wie isst man Wagyu richtig?

WAGYU – DIE ZUBEREITUNG

Was sind die richtigen Portionsgrößen und was macht den besonderen Genuss aus? Dazu drei traditionelle Zubereitungsarten:

Original Wagyu Beef Shabu shabu: Shabu shabu ist ein Brühfondue. Im ersten Schritt wird eine geschmackvolle Brühe bzw. Eintopf aufgesetzt. Das rohe Wagyu Beef wird in hauchdünne, 30 g schwere Streifen aufgeschnitten. Die finale Zubereitung erfolgt am Tisch. Dazu nimmt man feine Wagyu Beef-Scheiben mit Stäbchen auf und schwenkt sie in der kochenden Flüssigkeit. Saucen aus Sesamsamen oder Ponzu werden traditionell angereicht.

Original Wagyu Beef Yakiniku: Bei dieser Methode ist jeder selbst Grillmeister. Alle Zutaten werden roh bereitgestellt. Dazu benutzen Japaner eine Art Tischgrill, der mit Holz-

Rinderkunde Japan

Grundsätzlich bedeutet Wagyu von der Übersetzung „japanisches Rind“: Wa = Japan-/japanisch und Gyu = Rind. Diese Rinderrasse wird unter dem Namen **Tajima-Ushi** geführt: Tajima = Rasse und UShi = Rind. Im Rahmen wissenschaftlicher Forschungen fand das Rind seinen Weg in die Welt. Die Züchtung und Kreuzung im Ausland zur Fleischherstellung begann. Heute gibt es auch deutsche Landwirte (www.wagyuverband.com), die sich der Wagyu-Aufzucht widmen, wobei man hier von Kreuzungen spricht. Reinrassige Rinder gibt es nur in Japan. Grundsätzlich sind nur noch zwei unverzuchtete Rinderrassen dort bekannt: schwarze Rinder der Rasse **Kuroge Wagyu** und das **Mishima Rind**. Und was ist **Kobe Beef**? Im Grunde ist das ein geografisch geschützter Begriff wie Schwarzwälder Schinken oder Thüringer Rostbratwurst. Kobe Beef zählt zur Kuroge Wagyu Rasse und ist geografisch eingeschränkt. Nur schwarze Wagyu Rinder aus der Präfektur Hyogo dürfen als Kobe-Rinder bezeichnet werden. Die Hafenstadt Kobe (Verwaltungssitz der Präfektur Hyoga) wurde im 18. Jahrhundert zum Tor des Westens. So entstand die synonyme Verwendung des Begriffs Kobe Beef mit dem Fleisch des Tajima Ushi-Rindes. Alle Tiere besitzen einen dokumentierten Stammbaum. Sie sind für eine exakte Rückverfolgung vom Händler bis zum Züchter markiert. Hier die geläufigsten Kreuzungen:

- **Akushi Wagyu** (Japanese Brown): Kreuzung aus der koreanischen Rasse Hanwoo und dem Simmentaler Rind
- **Nanbu Mukaku Wagyu** (Japanese Polled): Kreuzung mit dem schottischem Angus Rind
- **Tankaku Wagyu** (Japanese Shorthorn): Kreuzung mit dem schottischem Ayrshire Rind und dem südwestenglischen Devon Rind.



Der Fleischexperte Burkhard Schulte von gourmetfleisch.de überzeugt sich beim Besuch vor Ort beim Erzeuger von der besonderen Qualität der Rinder.

kohle beheizt wird. Gängig sind Shirin- oder Habachigrill. Beide unterscheiden sich in der Bauweise. Rohes Wagyu Fleisch wird in feinen 30g-Scheiben über Kohlenfeuer gegrillt.

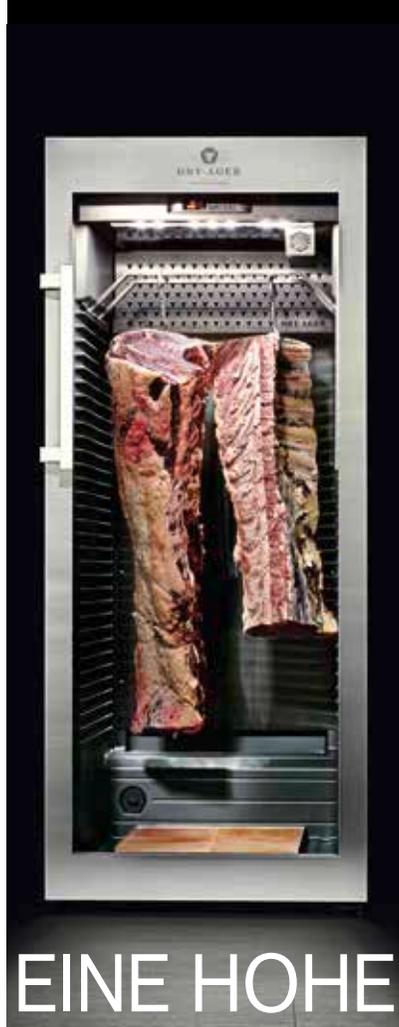
Original Wagyu Beef Teppanyaki: Die Zubereitung vor den eigenen Augen auf einer heißen Metallplatte ist ein Erlebnis. Das Fleisch wird dabei als Ganzes gebraten. Entweder schneidet der Koch das Fleischstück schon während des Bratens, teilt es zurecht oder zerteilt es danach in feine Streifen. Das hängt von der jeweiligen Wagyu-Fleischauswahl und dem Talent des Kochs ab. Der Gast erhält eine kleine Portion Wagyu-Fleisch als Würfel oder in Scheiben. Dazu: Beilagen und Saucen.

GANZ ODER IN SCHEIBEN?

Wagyu-Fleisch ist ein Luxusprodukt. Derzeit sind vier Schlachter aus der Region Kagoshima für den EU-Export zugelassen, der Preis ist dementsprechend hoch. Wagyu-Rind weist im Vergleich zu europäischen Rassen einen bis zu 50 % höheren

Anteil ungesättigter Fettsäuren auf. Das intramuskuläre Fett ist gleichmäßig, hoch und feinadrig verteilt. Beim Braten verflüssigt es sich und garantiert so eine besondere Zartheit und einmaligen Geschmack. Aufgrund der extremen Marmorierung und dem damit verbundenen Fettgehalt setzt die Sättigung schnell ein. Die Qualität wird in Japan durch eine Skala von A1 bis A5 bewertet, wobei die Bewertung A5 „sehr gut“ definiert. Nach Europa schaffen es nur die Qualitätsstufen 4 und 5. Die Skala wird als japanischer „Marbeling Score“ bezeichnet. „Man genießt Fleisch hier ganz anders als wir es aus Deutschland kennen. Keiner isst ein ganzes Steak von 300 g. Die Japaner bereiten ihr kostbares Wagyu als 300-g-Steak zu. Hat es dann eine schöne Bräunung und ist innen noch leicht roh, schneiden sie es in kleine Streifen oder Würfel und servieren es“, erklärt Burkhard Schulte. Am Ende werden pro Gast nur etwa 150 g serviert. An erster Stelle steht stets der Genuss und nicht die Menge. www.gourmetfleisch.de

Rindfleisch braucht Reife. Und Reifung braucht Zeit. Dry Aging ist die traditionelle Methode, um Fleisch außergewöhnlich zart und geschmacklich intensiv zu reifen: Ein Jahrzehnte altes Verfahren, durch das Rindfleisch seine denkbar höchste Veredelungsstufe erlebt. Als Dank verwöhnt das trockengereifte Fleisch mit einem intensiven Aroma. Und einer Konsistenz, die nichts mit einem normalen Stück Fleisch gemeinsam hat. Dry Aged-Beef gilt vielen als Königsklasse unter den Steaks. Immer mehr Menschen wollen beim Grillabend Dry Aged-Beef auf-tischen. Verständlich, dass die Nachfrage in Metzgereien steigt. Mit dem Dry Ager® hat Landig+Lava eine „Bühne“ dafür geschaffen. Bei der Herstellung ist absolute Präzision gefragt. Die Einhaltung einer konstanten Raumtemperatur und Luftfeuchtigkeit, sowie einer keimfreien Umgebung sind unverzichtbar. Die ausgereifte Technik in diesen Fleischreifeschränken ermöglicht es, Dry Aged-Beef risikofrei und kostengünstig herzustellen. Eine präzise elektronische Steuerung gewährleistet die konstante Einhaltung



EINE HOHE KUNST

der Temperatur, die in 0,1°C-Schritten geregelt werden kann. Die Luftfeuchtigkeit lässt sich dank HumiControl® hochpräzise von 60 bis 90 % regulieren. Das sorgt mit dem integrierten DX AirReg® System selbst bei großen Schwankungen der Umgebungstemperaturen für ein perfektes Mikroklima im Inneren, eine optimale Luftströmung und eine fortlaufende Entkeimung. Ein eigener Wasseranschluss oder Tank sind nicht nötig; das senkt das Keimrisiko. Um den wertvollen Inhalt vor UV-Licht zu schützen, ist die von einem eleganten Edelstahlrahmen gehaltene Isolierglastüre getönt. Die Reifeschränke gibt es in zwei Größen – für den größeren Bedarf auch als begehbare Fleischreifekammern – individuell geplant. Bereits nach wenigen verkauften Befüllungen hat sich die Investition rentiert. Für viele Kunden ist es ein Erlebnis, dem Fleisch für den nächsten Grillabend beim Metzger seines Vertrauens beim Reifen zuzusehen. www.dry-ager.com

Foto: Dry Ager Manufaktur Landig + Lava

ANZEIGE

Reif für die Premiumklasse?

Einkauf mit allen Sinnen durch die Premium Meat Produktfamilie.

Fleischreifung, -präsentation und -verkauf für Profis mit unserer Produktfamilie Premium Meat Ager (Salzreifekammer), Premium Meat Focus (Schauschrank) und Premium Meat Select (Thekenmodul).



Die hinterleuchtete Salzwanne bringt die Optik und Emotion. Die perfekte Reifung braucht die patentierten Ideen in Sachen Technik. Garantierte Luftfeuchtigkeit zur Salzaufnahme für die Umluft, V4A-Stahl für den Korrosionsschutz, kontrollierte Luftbewegung unter Einsatz eines goldeloxierten Verdampfers und intelligenter Steuerung. Neben dem optischen Effekt gleicht die Salzwanne einen Nachteil der normalen Dry Aged Beef-Methode aus: Denn ohne die Salzwanne sind die Fleischstücke anfällig für Schimmel und Verwesung. Die Salzwanne dagegen reichert durch feine

Salzpartikel die Luft an. Einerseits wird der Prozess der Trocknung durch die hygroskopische Wirkung gefördert, andererseits wirkt das Salz keimhemmend. Die Folge: Das Fleisch reift vollkommen natürlich, ohne jegliche chemische Zusätze, UV-Lampen oder Ähnlichem.

Unser Design erlaubt individuelle Abmessungen. Ihr Kunde erlebt im Laden den Reifeprozess und wählt sein Stück Dry Aged Beef. Wir schaffen einen Marktplatz in Ihrem Geschäft. Salzgereiftes Dry Aged Beef de Luxe! Ihre Fleisch- und unsere Technikkompetenz – Genuss für Kunden.

GENIAL EINFACH SEIN

Stefan Marquard rockt nicht nur die eigene Küche, sondern unterstützt mit seiner Akademie auch Kollegen. Warum ein Bauchlappen für ihn eine eierlegende Wollmilchsau ist, hat er uns verraten.

Stefan, welches ist für dich als gelernter Metzger das Stück Fleisch, das am meisten unterschätzt wird?

Man darf in diesem Fall nicht die Genialität der Einfachheit vergessen: Es gibt jede Menge günstige und unterschätzte Teile an jedem Tier, z. B. den Bauchlappen vom Rind. Das ist das beste Fleisch für Burger, man kann das Flank noch herausschneiden und aus dem Knorpel eine Suppe ansetzen. Im Endeffekt habe ich damit die eierlegende Wollmilchsau, die „kein“ Geld kostet. Auch Waden, Hälse oder der Kopf zählen zu unterschätzten Stücken. Viele, die nur Teilstücke verwenden, kommen nicht auf einen grünen Zweig. Nutzt man das Tier aber ganzheitlich und schneidet aus einem Hähnchen fünf Hauptspeisen-Portionen und verwendet die Karkasse noch für rund 15 Essenzen – kann ich einen guten Gewinn erzielen. Das ist eine Frage des Handwerks, zu dem wir wieder zurück müssen.

Was kann dir einen Restaurantbesuch vermiesen?

Erst kürzlich war ich mit einer Gruppe von sechs Personen in einem Restaurant in Stockholm und wir saßen bestimmt eine Stunde vor unseren leer gegessenen Tellern. Als der Kellner kam, räumte er alles weg, was noch brauchbar war – vom Salzstreuer über die Pfeffermühle bis hin zu Essig und Öl. Dann passierte lange nichts, ehe die Teller doch noch abgeräumt wurden. So etwas kann einen schönen Abend zunichte machen. Dafür gibt es eine Ausbildung.

Welche Lebensmittel hast du privat immer im Kühl- oder Vorratsschrank?

Immer da sind frische Kräuter, Butter, ein vernünftiges Olivenöl, eine gute Flasche Champagner und die besten Gewürze, die man sich vorstellen kann. Alles andere wird frisch eingekauft. Für meine Liebsten produziere ich zudem einmal im Monat Grundprodukte wie Bolognese, Fonds, gezupftes Fleisch oder

Vinaigrette vor, die im Tiefkühlfach auf ihren Einsatz warten.

Auf welche Aufgabe kannst du beim Kochen verzichten?

Ich liebe Schwarzwurzeln, aber ohne Handschuhe macht das Schälen keinen Spaß. Was ich auch noch fürchterlich finde: Wenn man viele gekochte Eier benötigt – vor allem, wenn sie wachweich sein sollen – und diese schälen muss. Dafür sollte man Leute haben (lacht).

Gibt es etwas, was du nicht magst?

Ich hasse rohe Tomaten. Auch bei Sardellen, Austern und Forellenkaviar muss ich mich überwinden, diese zu probieren.

Welches ist für dich die Entdeckung der letzten Jahre im Lebensmittelbereich?

Air Bags, getrocknete Schweineschwarte, die man aufpoppen lassen und zum Schweinebraten servieren kann, finde ich klasse. Großartig sind auch die verschiedenen pflanzlichen Bindemittel, die es gibt. Denn: Wir müssen weg von tierischer Gelatine.

Gibst du im Restaurant ein ehrliches Feedback, wenn es dir mal nicht geschmeckt hat?

Ich gebe grundsätzlich immer Feedback, das aber unterschiedlich ausfallen kann: Von der Soft-Version, einem einfachen Danke, wenn es mir nicht geschmeckt hat, über Lob in verschiedenen Stufen bis hin zur Euphorie. Es bringt niemandem etwas, nur zu sagen, dass alles OK war – vor allem, wenn dem nicht so war. Von Kollegen ist gut gemeinter Rat immer sinnvoll. www.stefanmarquard.de

Danke für das Gespräch!

sar



Echter Voltreffer

Die Fleischsommelière und Metzgermeisterin Petra Nieding ist eine Bewahrerin des Metzgerhandwerks. Seit August ist sie nicht nur für ihre „Wildkammer“ im Einsatz, sondern auch für die von ihr vor dem Aus gerettete Traditionsmetzgerei Stephan in Ingelheim.



Schon die Erfolgsgeschichte der Wild- und Feinkost-Fleischerei Wildkammer von der Hausmetzgerei zu einer von Deutschlands besten Wildmetzgereien, ist spektakulär. Petra Nieding ruht sich nicht aus. Nicht nur, dass sie im März ihre Filialmetzgerei im 15 km von der Zentrale in Bad Sobernheim entfernten Meisenheim eröffnete und ein neues Standbein im Handel aufbaut, sie nahm auch noch die Herausforderung an und übernahm den Betrieb des Kollegen Stephan. Auf ihren 1.300 Hektar Jagdgründen schießen die Niedings im Jahr 100 bis 120 Stück Rehwild, 50 bis 80 Stück Schwarzwild und 50 bis 60 Muffel. Rundum befinden sich 40 Reviere mit

Jägern, die zuliefern, was sie selbst nicht brauchen. 2007 bauten die damalige Buchhändlerin und der Jurist Klaus Nieding dort ein Haus, wo sich Fuchs und Hase Gute Nacht sagen, inklusive Hausmetzgerei mit Anlieferungskühlhaus, Enthäutungs- und Zerlegestation. An Freunde, Bekannte und Einheimische verkauften sie Steaks, Filets, Braten und Gulasch. „Die Leute im Dorf klingelten auch sonntags, wenn spontan Besuch kam“, erinnert sich Petra Nieding. Damals fiel die Entscheidung für einen ordentlichen Betrieb. „Wir hatten die Vorstellung, dann geregelte Arbeits- und Öffnungszeiten zu haben“, lacht ihr Mann. „Ein Irrtum – nun bin ich sechs bis sieben Tage die Woche im Betrieb

– mit der Übernahme sind es sogar noch mehr pro Tag“, erklärt sie. Doch das ahnte Ende 2011 keiner der beiden, als sie ein verkehrsgünstig gelegenes Gebäude kauften. Das Erdgeschoss ist seit dem Umbau 2012 zu zwei Dritteln als exklusiver Getränkemarkt an die Kirner-Brauerei vermietet. Im Kellergeschoss entstand ein EU-zertifizierter Fleischzerlege- und Schlachtbetrieb. Die Anlieferungsrampe besitzt Fußbodenheizung. Ein Entwässerungssystem wurde ebenso eingebaut wie eine PC-gesteuerte Wasseraufbereitungsanlage mit Kläranlage. 2,5 Mio. € wurden investiert. 2017 absolvierte Petra Nieding (damals 49) die Metzgermeisterprüfung in Augsburg. Sie ver-



ERFOLGSFAKTOREN

- Eigene Rohware, Schlachtung und Verarbeitung
- Hoher Qualitätsanspruch
- Jägerin, Falknerin und Fleischsommelière aus Passion
- Gutes regionales und überregionales Netzwerk
- Mut, Herausforderungen anzunehmen

fügte über einen anerkannten Ausbildungsabschluss und die nötigen drei Praxisjahre in der Metzgerei. Gleich an die drei Monate Meisterschule hängte sie die Fortbildung zur Fleischsommelière an.

USP GESCHAFFEN

Das Alleinstellungsmerkmal des Betriebs ist Extravaganz, etwa Röllchen von der Wildlende, gefüllt mit geräuchertem Wildschinken und Ziegenkäse. Oder über 50 Wurstsorten wie Rehsalami mit Mirabellenbrand und schwarzen Trüffeln. „Das Sortiment muss besonders sein. Wir decken nicht das komplette Programm ab, das Metzger normal haben. Sobald wir vom Namen her vergleichbar sind, sagen die Leute, warum sind ihre Fleischwürste so teuer?“, erklärt die Unternehmerin.

Neben klassischer Wildbratwurst gibt es etwa Bratwurst Caprese mit Mozzarella, Basilikum und Tomaten. Die Wild Canadian Cheese Smokeys aus Rothirsch und Wildschwein glänzen mit sechs Monate gereiftem Cheddar. „Viele beim Preis vergessen, dass Wild zu den hochwertigsten Fleischsorten gehört“, erklärt die passionierte Jägerin und Falknerin. Die Tiere empfinden keinen Stress bei der Tötung, wenn sie ohne Vorahnung erlegt werden, was das Fleisch extrem zart macht.

Von Anfang an legten die Niedings Wert auf hohe Qualität. Von 2012 bis 2018 bekamen ihre Produkte 124 Goldmedaillen, neun Siegerpokale sowie 2016 die Ehrung Gesamtsieger Deutsche Wildwurstmeisterschaft. „Als Sei-

teneinsteiger brauchten wir eine Benchmark“, erklärt Klaus Nieding. „Ich versuche weiterhin am Wochenende zu jagen, wenn keine Veranstaltungen sind, zu denen wir mit dem Forstfood-Mobil touren“, sagt die Selfmade-Frau. Sinn der Streetfood-Aktionen war es, die Leute mit Burgern und Bratwurst ans Wild heranzuführen.

WILD IST WERTVOLL

„40 bis 50 % bleiben beim Wildschwein übrig, wenn ich es abgezogen habe“, erklärt sie, „je nachdem wo der Schuss sitzt, ob er ein Schulterblatt kaputt gemacht hat oder beide, oder ob er quer durch ist“. In der Zeit, in der Wild geschossen werden darf, verarbeitet sie im Schnitt 800 bis 1.000 Tiere. Die Schonzeit – Ende Januar bis Anfang Mai – überbrückt sie mit Dosenware und Verarbeitungsfleisch, das bei Reh und Wildschwein übrig bleibt. „Was wir übers Jahr nicht brauchen, frieren wir ein. Wir müssen schauen, dass für Ostern noch Rehkeulen da sind, denn dann ist Schonzeit“, sagt sie.

Seit 2015 ergänzen Weiderinder und Freilaufschweine regionaler Züchter, die 10 bis 20 Tiere halten und extensiv wirtschaften, den Rohstoffbezug. Die Black Angus- und Limousin-Rinder stehen in 13 bis 19 km entfernten Biolandhöfen in Weide- und Mutterkuhhaltung. Dry age-Fleisch – erhältlich in allen Cuts – reift 60 bis 75 Tage. Einer von zwei Fleischermeistern bringt von einem dreijährigen Aufenthalt in den USA und Kanada viele Kenntnisse mit.

Ende März eröffnete „Die Wildkammer im Jagdhaus“ direkt neben dem Meisenheimer

Hof. Chefkoch Markus Pape ist nicht nur Kunde. Gemeinsam organisieren sie Wildworkshops. Die Hotelgäste kaufen gerne Wild- und Feinkostsouvenirs. Neben den Standbeinen Eventgeschäft und Catering werden auch Wildfertigerichte wie Gulasch, Ragout, Braten, Sauerbraten in Scheiben mit Soße eingekocht oder Frikadellen – pro Woche 1.200 Dosen mit 300, 400 oder 800 g. Die Stücke werden erst gebraten und dann geschnitten.

Mit der überregional bekannten Feinkost Metzgerei Stephan kamen am 6. August 2019 26 Mitarbeiter aus dem Laden und der Produktion dazu. Verarbeitet wird dort Bio-Fleisch aus artgerechter Tierhaltung, ausschließlich Schwäbisch-Hällisches Landschwein und Bio-Boeuf de Hohenlohe Weiderinder. „Die Philosophie der Häuser passt ausgesprochen gut zusammen“, erklärt Petra Nieding. Sie hat nicht nur den Namen und die Mitarbeiter, sondern auch die bewährten Rezepturen übernommen. Gebhard Stephan gab aus Gesundheitsgründen auf und freut sich, eine Gleichgesinnte gefunden zu haben. Er führte die 1893 gegründete Metzgerei über 30 Jahre lang in vierter Generation. Bis Ende April fand er keinen Nachfolger, nachdem er lange – sogar in Baden-Württemberg und Bayern – nach Interessenten gesucht hatte. Einen Tag nach der Rundmail zur Geschäftsaufgabe am 31. Juli war Petra Nieding dank eines gemeinsamen Lieferanten informiert, besichtigte den Betrieb und sagte zu – ein Glücksfall!

V. Wagner

www.wildkammer.de

KONZEPT

DIE WILDKAMMER – BAD SOBERNHEIM

Eine der erfolgreichsten Wildmetzgereien Deutschlands mit drei Filialen, Catering und Eventgeschäft sowie Foodtruck. Wild aus eigenen sowie umliegenden Revieren.

PROFI-PARTNER

- **Berufskleidung:** Engelbert Strauss
- **Füller:** Handtmann
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Korimat
- **Kühltechnik:** Viessmann
- **Ladenbau:** Aichinger
- **Räuchertechnik:** Bastra
- **Schneidetechnik/ Messer:** Friedr. Dick
- **Wägetechnik:** Bizerba



Foto: Wagner



Ein ESSzimmer für alle

Der Verzehbereich heißt „ESSzimmer“. Der Markenname ist eine Idee von Ladenbau-Berater Daniel Schwarz von Aichinger. Hier gibt es unterschiedliche Stühle, verschiedene Bänke, Ledersofas und ein großes Stufen-Sitzpodest mit Panoramablick auf den neu gestalteten Bahnhofplatz. Inmitten des stylischen Industriedesigns stehen große Kunstbäume und Skulpturen, die Wände sind mit phantasievollen Tapeten oder Backstein gestaltet. Zu den 150 Sitzplätzen kommen Steh- und Hockplätze im Erdgeschoss sowie 60 Plätze im Freien. Dass alle tatsächlich zum Verzehr und nicht nur zum Chillen genutzt werden, hat die Planung vorherbestimmt: Der Hauptzugang liegt neben der Heitheke. Die Renner sind Klassiker: Fleischkäs-Weck, Fleischküchle, Schnitzelsandwich. Damit der Fleischkäse aus der Eigenproduktion auch optisch als etwas Besonderes

wirkt, liegt er auf der „Platte 74“ – eine Weiterentwicklung der Heißen Theken von Aichinger. Diese Präsentationsform braucht kein Wasserbad, verursacht keine von Dampf beschlagenen Scheiben und kann mit verschiedenen Töpfen, Pfannen oder direkt mit dem Produkt belegt werden. Dass hier frisch gekocht wird, signalisiert zudem die übergroße Abzugshaube über der offenen, voll einsehbaren Kche. Die rundum verschlossene Salattheke daneben vermittelt die Botschaft „Frische“.

IMBISS-UMSATZ GESTEIGERT

Die Gliederung der 12 m Bedientheke zeigt, womit Geld verdient werden soll: eine Hälfte für Fleisch und Wurst, die andere für Imbiss und Mittagstisch. Wie viel Abverkauf sich Häfele hier erwartet, offenbart auch die Größe des Kühlhauses: Mit 6 m Breite über die Länge der Frischetheke hin reicht es über die

Maße eines Filialkhlraums deutlich hinaus. Nach den ersten 100 Tagen zog Geschäftsführer Max Häfele eine positive Bilanz – ber 30 % Umsatzzuwachs. Sehr stark htten Imbiss und Wursttheke zugelegt. Der neue Mittagstisch mit verschiedenen Menüs zur Wahl bis 7,50 € brachten vom Start weg über 100 Essen am Tag. Damit die Wachstumsgeschichte weitergeht, sind u. a. After-Work-Partys geplant. Damit sollen Verkaufszeiten von 17 bis 20 Uhr zwei- bis dreimal im Monat zusätzlich belebt werden.

Um den Ertrag weiter zu steigern, werden neue Snacks entwickelt und die Preisgestaltung überdacht. „Wer bei uns einen Fleischks-Weck kauft, zahlt meist weniger als 2,50 € – verkauft wird dabei nach Gewicht und 100 g Fleischkäse kosten 1,49 €. Dabei verlangen Supermärkte und Fastfood-Filialisten für vergleichbare Produkte oft wesentlich mehr“, sagt Max H-



LADEN-MERKMALE

- 12 m Bedientheke, gegliedert in Fleisch, Wurst, Imbiss/Getränke und Mittagstisch
- Offene Küche mit einsehbarem Vorbereitungsbereich
- Zwei Heißtheken, Modell „Platte 74“ (ohne Wasser, hygienisch einwandfreie Warmpräsentation)
- Salattheke mit Rundumverschluss als Hygieneschutz
- Sirius-Kühltheken mit Klimazonen für unterschiedliche Produkte
- 6 m breites Kühlhaus im rückwärtigen Bereich der Theken
- Fleischreife-Schauschrank und eine Vitrine für hochwertige Steaks
- Speisenaufzug für Beschickung und Entsorgung des Obergeschosses



Im Einkaufszentrum „Das ES“ in Esslingen lassen die Metzgerei Häfele und das Backhaus Zoller ihre Kunden zu Gästen werden: auf zwei Ebenen, 600 m², 150 Sitzplätzen, 25 m Bedientheke und drei Eingängen.

KONZEPT

METZGEREI HÄFELE – ESSLINGEN

Familiengeführter Betrieb mit 25 Filialen im Großraum Stuttgart, sechs mobilen Geschäften und rund 260 Mitarbeitern. Es gibt Einzelgeschäfte, Kombiläden, Markthallen und Frischetheken in Supermärkten. Filialen in Einkaufszentren und Vorkassenzonen.

fele. In der vormaligen ES-Filiale kam der Imbiss auf einen Umsatzanteil von 40 %, nun wurde die 50 %-Marke überschritten. Dieser hohe Anteil an Metzger-Gastronomie war geplant, und schafft doch neue Herausforderungen. Denn: Wo aus Kunden Gäste werden, muss auch ein viel größerer Teil der Imbissware mit 19 % Mehrwertsteuer angesetzt werden. Die korrekte Frage jeder Verkaufskraft an der Imbiss-Theke heißt: „Möchten Sie es in einer Serviette oder

auf dem Teller“ – wer Teller sagt, gibt das Signal für die 19%-Taste. Dass dieses Projekt ein Erfolg werden würde, war mit der Standortplanung vorbestimmt. Häfele und Zoller zogen zwar innerhalb des ES um, hatten aber schon 15 Jahre positive Erfahrungen hier gesammelt. Das gab auch Max Häfele die Sicherheit für die große Investition: „Für die Summe hier hätte ich auch zwei komplette Fleischerei-Filialen neu einrichten können.“

KOMPETENTER PARTNER

Die Neuartigkeit des Projektes sprach sich rasch herum. Viele Fleischerkollegen waren bereits da. Obwohl die Investition und der Mietvertrag nicht risikofrei waren, wurden alle Signale von Anfang an auf Erfolg gestellt. Schließlich war in der bisherigen ES-Filiale nicht mehr Umsatz möglich. Diese platzte aus allen Nähten. Neben vielen Quadratmetern

gibt es nun auch viele Stunden Öffnungszeit: Montags bis samstags ist von 6 bis 20 Uhr geöffnet. Vieles, was in anderen Filialen funktioniert, wurde hier umgesetzt, z. B. drei Bezahl-Automaten. Max Häfele will sich aber nicht mit fremden Federn schmücken: „Ich habe bei diesem Projekt das Unternehmen Aichinger und besonders den Ladenbau-Berater Daniel Schwarz als kompetenten Partner für Konzept und geschäftlichen Erfolg erlebt.“ Max Häfele erinnert sich: „Er hat auch mal auf der Baustelle übernachtet, weil wir abends nicht fertig wurden. Dass wir hier keinen einzigen Umsatztag verloren haben, ist vor allem sein Verdienst.“ Und so wurde Daniel Schwarz auch bei den Vertragsverhandlungen und der Markenbildung eingebunden. Ein Ergebnis dieses Miteinanders war auch der Markenname „Esszimmer“. www.metzgerei-haefele.de www.aichinger.de

Von Nord nach Süd



Viele tausend Ahle Würste im Monat fährt die Familie Sippel aus dem Werra-Meißner-Kreis in Supermärkte in die Ballungsgebiete Südhessens. 1975 als Hausschlachtung Reinhardt gegründet, mästet sie seit mehr als 40 Jahren dafür besonders schwere Schweine.



Die meterlangen Holzregale im Dachgeschoss der ehemaligen Scheune auf dem Anwesen der Familien Reinhardt und Sippel im Mühlendorf Röhrda dienen schon zigtausenden hängenden Würsten als Reifebasis. Ein leichter, aromatischer Räucherduft nach Hausmacher Wurst durchzieht die Reifekammern – stets wohlklimatisiert und unterschiedlich befeuchtet. „Die Regale stammen aus den 80er-Jahren, gebaut hat sie ein Verwandter“, berichtet Fleischermeister Eric Sippel, der die Tochter des Landwirts und Fleischermeisters Günther Reinhardt heiratete. Mit Ehefrau Elke machte er den Betrieb seit 1990

zu dem, was er heute ist – ein Paradebeispiel für regional erzeugte Hausmacher Wurstwaren nach traditionellen Rezepturen.

1975 entstanden auf dem Hof mit Schweine- und Milchviehhaltung Schlacht- und Kühlhaus sowie erste Wurstkammern. Bis heute wurden die Produktions- und Reiferäume permanent erweitert – 2007 für die EU-Zulassung, zuletzt 2018, als die Sozialräume integriert und das Schlachthaus erweitert wurde. Seinen Meistertitel machte Eric Sippel nach Kfz- und Fleischerlehre 1989 an der Frankfurter Fleischerschule Heyne. Seine Frau Elke, Fleischerei-Fachverkäuferin, managed

den erfolgreichen Familienbetrieb im Hintergrund in kaufmännischen Dingen. Auch Sohn Markus (30) und seine ältere Schwester zählen zum 15-köpfigen Mitarbeiterteam. Der Junior machte seinen Meister 2012 ebenso an der Frankfurter Fleischerschule Heyne und absolvierte im BTZ Weiterstadt kürzlich die Weiterbildung zum Fleischsommelier. „Die Ahle Wurst ist unser Kerngeschäft. Durch den dauernden Durchsatz haben wir immer gut zu tun“, sagt er. 2007 entschloss sich sein Vater, die Hausmacher Wurstwaren über die Marke „Landmarkt“ zu vertreiben. Unter dem Label der gleichnamigen Erzeugergemein-

Fotos: Theimer

schaft hessischer Direktvermarkter finden Kunden in Rewe-Märkten viele regionaltypische Spezialitäten unterschiedlicher Prägung.

INGESPIELTES TEAM

Doch alles das beginnt mit den schweren Schweinen, über 200 kg und mehr als doppelt so schwer wie üblich, schonend gemästet mit Mineralfutter, gentechnikfreiem Soja und eigens angebautem Getreide. Seit 2014 sind sie im rund 1 km außerhalb des Ortes gelegenen, neu gebauten Maststall untergebracht. Die Ferkel stammen von einem QS-zertifizierten Erzeugerbetrieb wenige Kilometer entfernt – einem langjährigen Partnerbetrieb. „Die Tiere sind mindestens Jahr alt. Wir haben immer so viele, wie für die wöchentliche Schlachtung nötig“, erklärt Eric Sippel. Der Familienbetrieb ist einer von wenigen im Landkreis, die noch selbst schlachten: im Durchschnitt zwischen 20 und 25 Schweinen montags und freitags. Etwa 2 Tonnen Fleisch verarbeiten die sechs Mitarbeiter in der Produktion pro Woche. Alle Handgriffe und Tätigkeiten sind über Jahre eingespielt – von der Warmfleischverarbeitung über das Kalträuchern mit Buchenholzspänen, den Transport via Wurstaufzügen in die Reifekammern und zurück bis zum Etikettieren und Verpacken. Neben der Ahlen Wurst bringen die Fahrer pro Woche in drei bis vier Touren à rund 2.000 km auch Hausmacher Dosenware in die Rewe-Märkte. Jede Ahle Wurst wird in einen Folienbeutel verpackt und etikettiert – egal ob als Stracke, dicke und längere Variante im Netz oder im Kringel. Über 100 Supermärkte werden beliefert und die Regale von den Fahrern bestückt. So freuen sich Kunden im Raum Darmstadt, Wiesbaden, Frankfurt und Gießen über die sippel-schen Spezialitäten. Doch nicht nur dort: Zwei mobile Verkaufsfahrzeuge sind fünf Tage die Woche auf Wochenmärkten im Landkreis auf Tour und fahren zu Orten, an denen es keinen Handwerksmetzger mehr gibt. Weitere Spezialitäten sind Wickelbauch mit Pfeffer und Knoblauch, roher Schinken oder eine über Nacht geräucherte Schweinelende.

NEUE WEGE GEHEN

Der Hofladen spielt aufgrund der altersbedingt sinkenden Kundschaft heute eine geringere Rolle als früher. Rund zwei Drittel der Produktion gehen in die Supermärkte. Im Stall stehen aber auch zwei Drittel mehr Schweine

Fotos: Theimer



FLEISCHER MIT ERFOLG
RINGGAU-RÖHRDA

ERFOLGSFAKTOREN

- Eigene Aufzucht, Schlachtung und Verarbeitung
- Gleichbleibende Qualität erzeugen
- Leidenschaft haben für das, was man macht
- Fingerspitzengefühl über Jahre hinweg
- Naturgewürze und Warmfleischverarbeitung
- Weiterentwicklung und Weiterbildung

als vor dem Neubau. Die Basis für Markus Sippel, sein neu erworbenes Know-how in Sachen Fleischveredelung schon bald in ganz neuer Form einzubringen und attraktive Umsatzquellen zu erschließen, ist also da. „Ich bin motiviert, pflege mein Netzwerk zu Kollegen und will mich weiter einbringen“, sagt der frischgebackene Vater eines Sohnes. Die nächste Generation hat also begonnen... *mth*

www.hausschlachtung-reinhardt.de

KONZEPT

HAUSSCHLACHTUNG REINHARDT – RINGGAU-RÖHRDA

Familiengeführter Direktvermarkter mit Aufzucht, Schlachtung und Produktion. Kurze Wege von der Erzeugung bis zur Schlachtung. Mobiler Verkauf sowie Belieferung von Supermärkten über die Regionalmarke einer Erzeugergenossenschaft.

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Autoklav:** Korimat
- **Cliptechnik:** Poly-clip System, CT Cliptechnik Deutschland
- **Füller:** Handtmann, Vemag Maschinenbau
- **Gewürze:** AVO-Werke
- **Messer:** Friedr. Dick, Giesser Messer
- **Wägetechnik:** CSL Systems





Eine **starke** Verbindung

Aus dem schönen Schwarzwald kommen die im wahrsten Sinne des Wortes ausgezeichneten Produkte der Oberen Metzgerei Franz Winterhalter. Seit 1749 entstehen hier Roh-, Brüh und Kochwürste sowie Räucher- und Kochschinken mit viel Liebe zur Handwerkskunst.

KONZEPT

OBERE METZGEREI FRANZ WINTERHALTER, ELZACH

In neunter Generation geführter Familienbetrieb aus dem Schwarzwald mit sechs Verkaufsstellen und 150 Mitarbeitern. Zahlreiche Auszeichnungen und Ehrungen über Jahrzehnte hinweg.

ERFOLGSFAKTOREN

- Hoher Qualitätsanspruch
- Traditionelle Rezepturen
- Einsatz professioneller Technik
- Langjährige Erfahrung
- Mut Neues zu wagen
- Beruf als Berufung



Wendelin Winterhalter

Tradition haben mittlerweile auch die unzähligen Prämierungen, die die genussvolle Qualität der Spezialitäten aus Elzach eindrucksvoll belegen. Ob im Rahmen von SÜFFA, der IFFA oder anderen Qualitätswettbewerben, die Obere Metzgerei Franz Winterhalter wurde über die vergangenen Jahrzehnte zigfach als eine der besten Metzgereien Deutschlands ausgezeichnet und ihre hervorragenden Produkte hundertfach mit Gold-, Silber- und Bronzemedailles geehrt. Ein erfahrenes Team von 150 Mitarbeitern/-innen, sechs regionale Verkaufsstellen, bundesweite Beliebtheit, hochwertige Technik und der leidenschaftliche Einsatz der Brüder und Geschäftsführer Peter und Wendelin Winterhalter stehen hinter diesem Erfolg. „Unsere Metzgerei wird in diesem Jahr 270 Jahre alt, und wir führen sie in der neunten Generation. Das spricht Bände“, betont Wendelin Winterhalter. „Wer aufhört besser zu werden, hört auf gut zu sein. Diesen Satz hat mein Vater geprägt. Genauso ist es. Tradition heißt auch Veränderung. Man muss Gutes bewahren, Neues ausprobieren und dies mit der eigenen Erfahrung und dem Können des Handwerks verbinden“, ergänzt er.

KUTTER ALS HERZSTÜCK

Die Spezialitäten aus Baden sind weit über die Grenzen des Schwarzwalds bekannt. In ganz Deutschland bieten Metzgereien die Produkte an. Von der Elzacher Hüttenwurst und Bratwurst bis zur Schwarzwald Luft-Salami ist das richtige Händchen bei der Herstellung notwendig – fein abgestimmt in Verbindung mit

dem leistungsstarken Maschineneinsatz. „Der Kutter ist das Herzstück der Metzgerei. Zusammen mit handwerklicher Intuition werden unsere Produkte hier entschieden. Natürlich spielen auch die Rohmaterialien eine wichtige Rolle. Aber der erfahrene Mitarbeiter und der Kutter sind besonders wichtig. Deshalb setzen wir seit Jahrzehnten auf die Maschinen von K+G Wetter“, erläutert Wendelin Winterhalter. Aufgrund der Produktvielfalt im Handwerk ist auch hier ein Kutter gefragt, der große und kleine Chargen in einwandfreier Qualität herstellen kann. Dafür sind beim Cutmix Schneidraum sowie die Messer- und Schüsselform entsprechend konstruiert. Für die Herstellung von Roh-, Brüh- und Kochwurst, auch für den Convenience-Bereich, bringt der Cutmix 200 L mit der herausnehmbaren Stauwand den Vorteil eines variablen Schneidraums mit in die Produktion. Das ermöglicht dem Kuttermeister, den Kutter optimal auf das jeweils zu verarbeitende Material einzustellen. Die stabile Basis bildet der von allen Seiten, komplett mit Edelstahl verkleidete Gussständer. „Hier zählt für uns natürlich die Laufruhe, auch im Sinne des Arbeitsschutzes“, erklärt Wendelin Winterhalter. Dank des massiven Maschinenständers können die speziellen Messerformen präzise und mit minimalem Abstand zur Schüssel justiert werden. Das sorgt gerade bei feinem Wurstbrät für eine gleichmäßige Feinheit. Der erfahrene Kuttermeister Franz Burger schwärmt von „seinem“ Cutmix: „Das ist eine sehr zuverlässige Maschine. Die Reinigung ist schnell und einfach erledigt und die Messer lassen sich leicht mit dem Drehmomentwerkzeug wechseln.“

Dank des erhöhten Schüsselrands bleibt die Maschine auch bei dünnflüssigen Bräten vor unnötigen Verschmutzungen bewahrt.

HYGIENE BEIM WOLFEN

Ebenfalls zur Produktion gehört ein Misch-Winkelwolf E 130. Dank dem einfachen Ein- und Ausbauen der Mischwelle wird dieser schnell zum Misch-Winkelwolf und bietet so mehr Flexibilität. Die Zubringerschnecke lässt sich leicht ausbauen, was die Reinigung und die optische Kontrolle vereinfacht. Sicherheit in puncto Hygiene schaffen Spülkanäle hinter der Mischwelle, Zubringerschnecke und Fleischschnecke. Für die homogene Vermischung und Rot-Weiß-Verteilung arbeiten die Zubringer- und Fleischschnecke zusammen. Dieses Zweischnellen-Prinzip, mit den verschiedenen Steigungen der Schnecken, sichert den konstanten Füllstrom Richtung Schneid-satz. Zugleich erhöht sich damit die Temperatur des Materials nur geringfügig. „Die Arbeit mit dem Misch-Winkel-Wolf läuft genauso wie mit dem Kutter einwandfrei. Wenn mal etwas ist, was wirklich selten vorkommt, war der Service von K+G Wetter in all den Jahren immer top und es kann schnell weitergehen“, berichtet Produktionsmitarbeiter Johannes Haiger. Fazit: Bei der Herstellung hochwertiger Produkte kommt es auf ein perfektes Zusammenspiel an. „Unsere Branche steht vor großen Herausforderungen. Umso wichtiger sind hochwertige, genussvolle Ergebnisse. Die erreiche ich nur, wenn alles optimal passt, von den Maschinen bis zum Menschen“, resümiert Wendelin Winterhalter. www.obere-metzgerei.eu, www.kgwetter.de

KEINE MANIPULATION AN KASSENDATEN



Neue elektronische und bestehende PC-basierte Kassensysteme müssen ab dem 1. Januar 2020 mit einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) zur manipulationssicheren Aufzeichnung von Kassendaten ausgerüstet sein.

Wenn ein Steuerprüfer überraschend vor der Tür steht, müssen auch Fleischereien unverzüglich in der Lage sein, alle Geschäftsvorgänge nachvollziehbar darzulegen. Die Fiskalgesetzgebung, auch „Kassengesetz“ genannt, greift dann konsequent. Fehlt nur ein geforderter Baustein, droht eine sofortige Einschätzung der Steuerschuld. Das zieht unangenehme Konsequenzen mit sich. Jede elektronische Kasse muss sowohl GoBD-konform als auch tagesaktuell kassensturzfähig sein. Die Basis sind die GoBD, die „Grundsätze zur ordnungsgemäßen Buchführung in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff“. Seit 2018 ist die Kassennachschau bereits anzuwenden. Ab 2020 sind das elektronische Aufzeichnungssystem und die digitalen

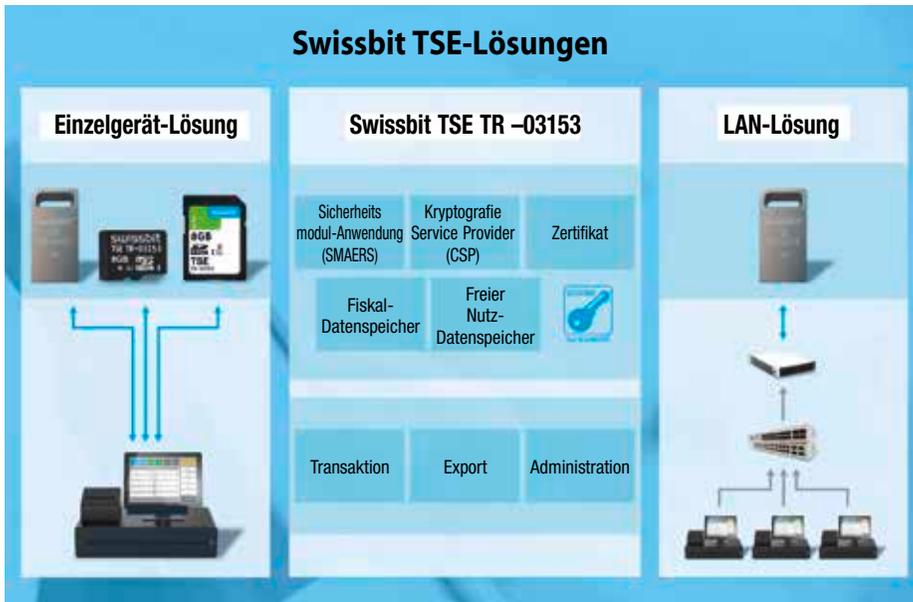
Aufzeichnungen durch eine zertifizierte technische Sicherheitseinrichtung (TSE) zu schützen. Diese besteht aus drei Bestandteilen: Sicherheitsmodul, Speichermedium und einer einheitlichen digitalen Schnittstelle. Das Sicherheitsmodul gewährleistet, dass Kasseneingaben umgehend protokolliert und später nicht mehr unerkant verändert werden können. Auf dem Speichermedium werden die Einzelaufzeichnungen für die Dauer der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist gespeichert. Die einheitliche digitale Schnittstelle soll eine reibungslose Datenübertragung für Prüfungszwecke sicherstellen und die Integration einer am Markt verfügbaren Software in das Kassensystem vereinfachen. Alle anderen Kassensysteme müssen bis 2022 entsprechend nachgerüstet wer-

den. Eine Sicherheitseinrichtung auf Basis von Speicherkarten könnte eine Lösung sein. Der Steuerpflichtige ist für den Betrieb einer gesetzeskonformen TSE in seiner Kasse verantwortlich. Eine Lösung, die in anderen Ländern erfolgreich eingesetzt wird, kommt von der Swissbit AG, Hersteller industrieller Speichermedien und Sicherheitslösungen. Die Swissbit TSE im Format eines USB-Sticks, einer SD- oder micro SD-Karte lässt sich in jedes Kassensystem einstecken und integrieren. Dank der Verwendung von Standardspeicherschnittstellen dürfte sich dieser Ansatz bei der Aufgabe, alle PC-basierten Kassensysteme nachzurüsten, durchsetzen. Muster sind seit Ende 2018 bei den Herstellern und seit April 2019 offiziell im Feldtest des DFKA (Deutscher Fachverband für Kassen- und Abrechnungssystemtechnik e.V.) erfolgreich in Erprobung.

DIE FUNKTIONSWEISE

Die von diesem Unternehmen angebotene Lösung besteht aus einem 8-GB-Speichermodul als Fiskalspeicher mit einem frei verwendbaren Nutzerdatenspeicher und einer zertifizierten Sicherheitsmodulanwendung (SMAERS = Security Module Application for Electronic Record-keeping Systems). Sie enthält zudem ein zertifiziertes „secure element“ eines Kryptografie-Service-Providers (CSP) sowie ein Zertifikat zur Registrierung des CSP bei den Finanzbehörden. Und so funktioniert die sichere und schnelle Transaktionsaufzeichnung damit: Der sichere Speicher sorgt dafür, dass Daten nur geschrieben, aber nicht verändert werden können. Es wird bei jeder Speicherung eine Transaktionsnummer vergeben sowie eine digitale Signatur mit Zeitstempel und Signaturzähler. Dies ist an die Vorgangsdaten gebunden, die aus

Fotos: © mountainbrothers – adobe.stock.com, © darsj – adobe.stock.com



rung und die Kassennachschau, etwa durch Steuerprüfer. Dabei können die Prüfwerte zur Feststellung von Integrität und Authentizität bei der Vollständigkeitsprüfung der Aufzeichnung verifiziert werden.

DIE VORTEILE

Der Ansatz, den dieser Hersteller industrietauglicher Flashspeicher verfolgt, hat den Vorteil der einfachen Nachrüstbarkeit und eines robusten ausfallsicheren Betriebs. Es handelt sich um eine lokale Lösung, für die kein Internetzugang nötig ist. Da die geforderte TSE Teil der Kasse sein muss, wäre eine Cloud-Anwendung unnötig kompliziert. Die Nutzung der Standardspeicherschnittstellen für USB-Sticks und SD-Karten macht die TSE zur idealen Lösung – langfristig wie zur Nachrüstung. Die ursprüngliche Nutzung dieser Schnittstellen durch die Kassensysteme bleibt bestehen, denn die Fiskalisierungsspeicherkarten enthalten auch einen frei nutzbaren Speicherbereich. Hier können die Kassensysteme auch weiterhin Preislisten, Analyse-Reports oder

Foto: Swissbit

Vorgangsbeginn, Art des Vorgangs, Zahlungsart, Vorgangsende, TSE-Seriennummer und Prüfwert bestehen sowie den eigentlichen Belegdaten: Aussteller, Ausstellungszeit, Ware in-

klusive Menge und Art, Transaktionsnummer, Entgelt, Steuerbetrag, TSE-Seriennummer. Die Speicherkarte ermöglicht einen sicheren Export der Transaktionsdaten für die Aufbewah-



Setzen Sie neue Maßstäbe!

Mit der neuen Waagenserie SM-6000 gestalten Sie Ihre Frischetheke in einem neuen Look und revolutionieren Ihre Arbeitsvorgänge mit nie dagewesenen Funktionen. Mehr Kundenkontakt bieten die automatische Verkäuferanmeldung, der schmale Farbbildschirm und PLU Aufruf durch Berührung der Preisschilder. Seien Sie die ersten, die den Kundenkontakt durch Innovation nach vorne setzen.

Profitieren Sie noch heute von unseren Einführungsangeboten!



DIGI DEUTSCHLAND GmbH

Waagen - Verpackungsmaschinen - ESL - Industrieauszeichner

Reisertstraße 8 - 53773 Hennef - Tel.: 02242-9010414
 info@de.digi-group.com - www.digisystem.com/de

Searching for a New Balance

GoBD-Daten ablegen. Zwar handelt es sich um eine lokale Lösung, d. h. aber nicht, dass sie nicht skalierbar wäre. Als Variante für vernetzte Kassensysteme kann die Swissbit TSE auch als LAN-TSE mit mehreren Swissbit TSEs zur effizienten Fiskalisierung eines ganzen Kassenverbundsystems ohne Hardwareingriff in die einzelne Kasse eingebunden werden.

Seit mehr als drei Jahren liefert das Schweizer Unternehmen Flashspeicher mit Sicherheitsfunktionen, mit deren Hilfe Kassenhersteller die steuergesetzlichen Anforderungen in verschiedenen Ländern erfüllen können. Es besteht also die Hoffnung, dass der Einzelhandel und alle anderen betroffenen Teilnehmer aus dem Ernährungshandwerk zum 1. Januar 2020 die Bedingung der Kassensicherungsverordnung erfüllen werden – selbst mit bestehenden PC-basierten Systemen, die sofort nachgerüstet werden müssen.

Hubertus Grobbel, Leiter Geschäftsereich Security Products, Swissbit AG

Neuerungen des Kassengesetzes

(ab 1. Januar 2020):

- **Elektronische Kassen** sind durch eine zertifizierte technische Sicherheitseinrichtung (TSE) zu schützen. Dieses besteht aus einem Sicherheitsmodul, Speichermedium und einer einheitlichen digitalen Schnittstelle
- **Anmeldepflicht:** Typ, Modell und Seriennummer muss bis 31.1.2020 beim zuständigen Finanzamt gemeldet werden. Die Meldefrist beträgt einen Monat nach Inbetriebnahme. Für Registrierkassen, die nach dem 25.11.2010 und vor dem 1.1.2020 angeschafft worden sind und bauartbedingt nicht aufgerüstet werden können, wird eine Übergangsfrist bis zum 31.12.2022 gewährt.
- **Belegausgabepflicht:** Es ist zwingend jedem Kunden einen Kassenbeleg auszuhändigen. Bäckereien, Schnellimbisse etc. können eine Befreiung beim zuständigen Finanzamt beantragen.

Bizerba Fiskalisierung 2020

Mit Inkrafttreten des „Gesetzes zum Schutz vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen“ ab Januar 2020 wird es Pflicht, jedes elektronische Kassensystem mit einer zertifizierten Technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) für elektronische Kassen auszustatten, die mit einer eindeutigen Identifizierungsnummer abgesichert sind. Auf der TSE sind dann die Umsätze der Kassensysteme vom Kassenbon unveränderbar, verschlüsselt und nicht löschar abgelegt und signiert. Die Kommunikation von der Kasse erfolgt über die im Gesetz beschriebene einheitliche digitale Schnittstelle. Zudem sind die Kassen mit der eingesetzten TSE beim Finanzamt anzumelden. Es besteht eine Belegausgabepflicht und Unternehmen sind dazu verpflichtet, für jeden einzelnen Geschäftsvorfall einen Verkaufsbon an ihre Kunden auszugeben. Bizerba bereitet für alle betroffenen Kunden Maßnahmen für die Aufrüstung bestehender Systeme vor. Neugeräte werden mit allen nötigen Vorkehrungen ausgestattet. Bizerba wird eine zertifizierte TSE (USB-Stick) zur Verfügung

stellen, die Installation erfolgt durch den Bizerba Remote Support oder vor Ort. Um den Anforderungen adäquat zu begegnen, ist die passende Software unabdingbar. Das Warenwirtschaftssystem CWS2 unterstützt Betriebe bei Warenbewegungen, Ladenverkauf und Controlling. Es erlaubt den Füllstand bzw. Datenspeicher der TSE kontinuierlich zu überwachen und ermöglicht eine zusätzliche Sicherung relevanter Fiskaldaten. Darüber hinaus lassen sich solche Daten an ein Archivsystem übermitteln um diese gesetzeskonform aufzubewahren, etwa per DATEV. Online sind diese Daten für das Kassenbuch durch den Steuerberater nutzbar. Ein ausführlicher Leitfaden hilft dabei alle Anforderungen der oben genannten Gesetzesänderung zu erfüllen. Anhand detaillierter Informationen sowie verständlicher Fallbeispiele – für aufrüstbare sowie nicht aufrüstbare Systeme – wird erläutert, wie Waagen- und Kassensysteme fit für den gesetzeskonformen Gebrauch werden. Den Leitfaden gibt es zum Download auf www.bizerba.com/de.

B&L Mediengesellschaft Alle Jahre wieder

Mit der komplett ausgearbeiteten Aktion „Frohe Festtage“ – bestehend aus Rezeptmagazin plus Rezept-Homepage, dazugehörigen Werbemitteln und digitalen Werbevorgaben – können Fleischeereien Kunden in der Advents-, Weihnachts- und Silvesterzeit an ihr Geschäft binden. Sie wurde für f-Marken-Fleischeereien konzipiert und mit der f-Marke gebrandet. Alles ist ein Gemeinschaftsprojekt von B&L MedienGesellschaft, Deutschem Fleischer-Verband und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks. Eine bunte Mischung an Festtagsrezepten, vom Hackfleisch-Bratapfel bis zum Silvester-Fleischfondue, enthält das Magazin „Frohe Festtage“, das gratis an Kunden abgegeben werden kann. Auf dem darin enthaltenen Einkaufsplaner können diese ihre Fleischzutaten notieren und ihre Bestellung rechtzeitig abgeben. Fleischeereien können die Zeitschriften vorne mit Logos und Firmenadressen und rückseitig mit eigenen Texten oder Angeboten individualisieren. Innungen oder Filialisten können das Magazin in Vermarktungskampagnen einbinden. QR-Codes im Heft verlinken



auf zusätzliche Rezeptvorschläge unter www.meinefrohefesttage.de. Dazu gibt es Werbemittel wie Angebotsplakate, Kartenaufsteller mit Gewinnspielkarten und Aktionsaufsteller für die Theke sowie Vorlagen für Internetbanner oder digitale Plakate für Theken-TV-Systeme. Beim Festtags-Gewinnspiel locken gusseiserne Fondue-Garnituren „Saas Fee“ von Spring als Preis. Ferner gibt es das Magazin als blätterbares ePaper, das via Smartphone oder Tablet lesbar ist. Es wird analog zum Printmagazin auf Vorder- und ggf. Rückseite individualisiert. Infos: Tel. (02103) 204-0, www.blmedien.de/frohefesttage.

Fotos: Bizerba, B&L Mediengesellschaft



Auf den folgenden
Seiten gratulieren wir der
Currywurst zum 70. Geburtstag.
So viel sei schon mal verraten: der
Klassiker soll so bleiben, wie er ist.

Allet Jute zum Jeburtstach Currywurst!



Wie alles mit der
Currywurst in Berlin
begann? Wir trafen
Curry 36-Inhaber
und Gründer Lutz-
Michael Stenschke
zum Gespräch über
Currywurst & Co.

Belegt ist: im Jahre 1949 entwickelte die 1999 verstorbene
Berlinerin Herta Heuwer zur Brühwurst eine rote Chillup-
Sauce, die sie sich zehn Jahre später als Wort-Bild-Marke
„Chillup“ patentieren ließ. 60 Pfennig kostete die „Spezial-Curry-Brat-
wurst“ mit scharfer Chillup-Sauce damals. Herta brutzelte täglich 1.000
Stück. Sie bestand zeitlebens darauf, weder Ketchup noch eine fertige
Würzmischung verwendet, sondern die Sauce mit Tomatenmark ange-
rührt und mit einzelnen Gewürzen abgeschmeckt zu haben. Noch im
hohen Alter wurde sie als „Erfinderin der Currywurst“ gefeiert.

**Herr Stenschke, an der Currywurst scheiden sich die Geister
und das nicht nur in Berlin. Worauf legen Sie bei Curry 36 den
besonderen Fokus bei den Hauptzutaten Wurst und Ketchup?**

Die Currywurst wurde in Berlin erfunden und hier gibt's auch die
Beste. Sie ist ja praktisch ein Berliner Weltkulturerbe. Aber auch wir

ANZEIGE



CURRYWURSTSAUCE

- ✓ im 5kg Eimer
- ✓ besonders standstabil
- ✓ geeignet für Warm- und Kaltanwendung
- ✓ haftet besonders gut an der Wurst

Mehr Infos unter:

www.develey-foodservice.de

Das Berliner Original

haben die Currywurst nicht neu erfunden. Das Fleisch für unsere Wurst hat eine hohe Qualität, wir beziehen diese seit jeher vom gleichen Metzger und der Ketchup hat einen hohen Tomatenanteil. Er enthält 87 Prozent Tomatenmark und wir nutzen kein Glutamat. Majo und Ketchup lassen wir nach unserem eigenen Rezept produzieren. Wir haben uns dafür kompetente Partner in der Region gesucht. Wir benötigen pro Tag 25 bis 30 Eimer Ketchup, das sind rund 300 Kilogramm.

Wir verkaufen pro Tag eine Anzahl von Würsten, die im guten vierstelligen Bereich liegt. Letztlich sind es aber unsere Mitarbeiter, die Curry 36 den authentischen „Berliner Charme“ verleihen.

Das eigentliche Geheimnis der Currywurst ist nicht nur die Sauce, sondern die Frage: „Mit oder ohne Darm?“ Wie halten Sie es?

Berliner Currywurst besteht aus hellem Brät (Fleisch-/ Fettmasse) und zählt zur Familie der Brühwürste. Zur Herstellung der Currywurst ohne Darm wird ein spezielles Verfahren verwendet, dabei wird das breiförmige Brät über einen langen Schlauch in ein warmes Wasserbad geleitet. Dort steift das im Brät enthaltene Eiweiß aus. Anschließend werden die Wurstschlangen auf Länge geschnitten. Die alternative Currywurst mit Pelle, ist eine Dampfwurst oder Bockwurst. Gebraten wird Currywurst in Berlin traditionell im Fett- bzw. Ölbad. Ich persönlich esse gerne beide Varianten und dies nicht nur um die Qualität unserer Produkte zu testen.

Worin liegt der Erfolg von Curry 36 begründet?

Wirklich nachvollziehen kann ich diesen Erfolg nicht. Es ist ein Phänomen, das man nicht erklären kann. Großzügigkeit ist ein Teil unseres Erfolgsrezepts und der Erfolg ist auch ein Erfolg der Qualität unserer Produkte. Die Produkte müssen einfach gut sein. Das zahlt sich aus. Unser Ziel ist und bleibt es, eine wirklich gute Currywurst anzubieten.

Frage zum Schluss: Würden Sie es rückblickend, noch einmal genauso machen wie 1981?

Ja, unbedingt.

Herr Stenschke, herzlichen Dank für das Gespräch. **dmp**

Curry 36 ist einer der bekanntesten Imbisse in Deutschland. Die Geschichte nahm 1981 am Mehringdamm 36 in Berlin Kreuzberg ihren Lauf.



Erstmal soll eine Currywurst im Herbst 1949 von der Berliner Herta Heuwer zubereitet worden sein. Heute sind sich viele „Currywurst-Experten“ einig: Die Wurst muss aus Berlin kommen und sie muss ohne Darm sein. Alles andere entscheidet die Sauce. Und so ist die Sauce nicht nur das bestgehütete Geheimnis, sondern entscheidet auch über den kulinarischen Erfolg der Currywurst, schließlich wäre sie sonst auch nur eine normale Bratwurst. Auch Curry 36 hat den hauseigenen Ketchup mit einer eigenen Gewürzmischung im Sortiment – davon werden jede Woche über zwei Tonnen verbraucht. Das Ehepaar Vera und Lutz-Michael Stenschke übernahm 1981 den Imbissstand mit dem damaligen Namen Wurstmaxe am Mehringdamm 36. Eine Zeitungsannonce hatte den studierten Maschinenbauer Lutz-Michael Stenschke auf den Geschmack gebracht, denn die Imbissbude stand im Frühjahr zum Verkauf. Die Geschichte von Curry 36 nahm am 11. Januar 1981 seinen Lauf und begann mit einem kleinen Rollcontainer im Hausflur. Anfangs braten er und seine Frau die Würste noch selbst. Bei der Namensfindung half die Hausnummer „36“, als für die Reklame an der Hauswand ein Name für die neue Wurstbude gesucht wurde. Mittlerweile verfügt der 200 m² große Imbissbetrieb über zahlreiche Fritteu-

sen, Bräter und Pfannen und ist an 365 Tagen im Jahr geöffnet. Die Würste werden von einer Fleischerei, nach der eigenen Rezeptur, in Lichtenrade bezogen. Es gibt auch Bioware vom Brandenburger Apfelschwein aus dem Havelland. Curry 36 besitzt aktuell drei aktive Filialen: am Mehringdamm 36, am Hardenbergplatz, direkt vor dem Bahnhof Zoologischer Garten, und im Berliner Hauptbahnhof. Eine weitere Filiale steht im S-Bahnhof Warschauer Straße schon in den Startlöchern. Die Eröffnung ist für Ende dieses Jahres geplant.

Familienbetrieb

Curry 36 am Mehringdamm hat täglich nur vier Stunden geschlossen. Bis fünf Uhr morgens werden dort in acht Pfannen Würste gebrutzelt, acht vollautomatische computergesteuerte Fritteusen liefern die dazugehörenden Pommes, um 9 Uhr ist wieder geöffnet. Über den Umsatz will er nicht reden, es sei Betriebsgeheimnis. Aber Kenner schätzen den Umsatz auf bis zu 20.000 Euro pro Tag. Heute steht der Kreuzberger Imbiss Curry 36 in fast jedem Berlin-Reiseführer. Es ist ein Familienbetrieb geblieben: neben der Ehefrau ist auch Mirko Großmann, studierter Sportwissenschaftler und Stenschkes Schwiegersohn, im Unternehmen tätig. Kundenkommunikation, Marketing und die Betreuung der knapp 70 Mitarbeiter fallen in seinen Verantwortungsbereich. **dmp**

Currywurst - Sensation ...frei von E-Nummern



Nubassan A CL/AF, unser innovatives Kutteraroma, frei von E-Nummern, macht Phosphat, Citrat und Carbonat bei der Herstellung der knackigen Currywurst überflüssig.

Nubalan Ferm CL/AF, der fermentierte Gewürzextrakt, intensiviert den Geschmack und hemmt auf natürliche Weise das Wachstum von Mikroorganismen.

Einen intensiven Geschmackskick garantieren die kundenindividuelle Würzungen und Compounds.

www.nubassa.de

Die Currwurst von Remagen ist Kult

Das Familienunternehmen Hardy Remagen GmbH & Co. KG beliefert Handel, Gastronomie-Großverbraucher und Endkunden mit einem attraktiven Produktportfolio. Zu den Top-Sellern in der über 300-jährigen Unternehmensgeschichte gehört natürlich auch die Currywurst. Denn die Currywurst, auch Mantaplatte oder Ruhrpott-Carpaccio genannt, ist einfach Kult!

Die knusprig gebratene und pikant gewürzte Bratwurst, in original Currysauce, wird unter dem Namen „Hardy's Currywurst“ angeboten.

Das **i-Tüpfelchen** jeder Currywurst ist die Sauce – von fruchtig, fein-pikant bis zu scharf – produziert das zu Remagen gehörige Unternehmen Farmhaus für jeden Geschmack die passenden und gewünschten Saucen.

www.hardy-remagen.com
www.farmhaus.co



HOMANN

70 JAHRE CURRYWURST – PROBIER'S MAL „BOMBAY ART“

Wer kennt und liebt sie nicht: die gute, alte Currywurst. Aber ob Brat- oder Brühwurst, mit oder ohne Darm, eigentlich hinterlässt die Currysauce den bleibenden Eindruck und verleiht ihr erst den richtigen Pepp.

Damit der Geschmack unvergesslich bleibt, gibt es jetzt für Profis etwas Neues vom Würzsaucenspezialisten aus Dissen: HOMANN Curry Ketchup „Bombay Art“.

Mit seiner markant fruchtig-würzigen Currynote ist er die Nr. 1 im Curry Ketchup-Segment Deutschland¹ und die perfekte Basis für ein außergewöhnliches Currywurst-Erlebnis (auch für viele weitere Verwendungsmöglichkeiten in der Profiküche), natürlich in gewohnter HOMANN Qualität.

Komplettiert wird die neue, eigens für den Foodservice entwickelte und als Geschmacks-Sieger von Profis bewertete Range noch durch fruchtigen Tomaten Ketchup und würzig-pikanten Curry Gewürz Ketchup.

Alle Sorten sind perfekt für bewusste Genießer und punkten mit einem optimierten Salz- und Zuckergehalt, verzichten komplett auf deklarationspflichtige Zusatzstoffe sowie Allergene und kommen ohne Konservierungsstoffe und Süßungsmittel aus.



¹ Weitere Informationen zur neuen Ketchup Range und dem „Geschmacks-Sieger“ von HOMANN Foodservice finden Sie unter: www.homann-foodservice.de/ketchup.

² Quelle: Geomarketing GV Panel, Umsatz Curryketchup MAT 06/2018





Berliner Wurstkultur

Wie es in Berlin zum Currywurst-Streit kam. Und wie aus „Konnopke's Imbiß“ Ziervogel's Kult-Curry hervorging.

Zwischen Nordsee und Erzgebirge gibt es gegenwärtig die unterschiedlichsten Angebote in Sachen Currywurst – ganz zu schweigen von den vegetarischen bzw. veganen Offerten der Imbissbuden. Auch die Saucen bleiben die Geheimnisse der Anbieter. „Jeder soll essen, was ihm schmeckt oder worauf er Lust hat“, betont Mario Ziervogel, der in der Schönhauser Allee Ziervogel's Kult-Curry betreibt. Er ist ein Enkel von Max Konnopke, der die gleichnamige Berliner Currywurst-Dynastie gründete. Schon 1930 verkauften Max Konnopke und seine Frau Charlotte Bockwürste, Knacker und Wiener in dem Kiez und entwickelten ein flo-

rierendes Unternehmen – unter der Hochbahn im Prenzlauer Berg, dem sogenannten Magistratsschirm. Seitdem geht es hier vor allem um die Wurst – in Kriegszeiten auch mal um Kartoffelpuffer. Ab 1960 gab es hier die erste Ost-Berliner Currywurst, mit Ketchup nach Familienrezept. Angeboten wurde zu DDR-Zeiten nur Currywurst ohne Darm. Da es eine Knappheit an Naturdärmen gab, wurde die Wurst ohne entwickelt. Serviert wurde die Wurst ungeschnitten am Stück mit Currypulver und kalter Ketchupsauce. Konnopke wurde Kult – und ist bis heute ein Betrieb in Familienhand. 1976 übernahm Waltraud Ziervogel das Geschäft ihres Vaters.

2010 feierte man das 80. Firmenjubiläum. 2014 erfolgte ein weiterer Innenumbau mit neuester Gastronomietechnik. Seit dieser Zeit wird das Unternehmen am Traditionsstandort von Waltraud Ziervogel und ihrer Tochter Dagmar Konnopke gemeinsam geführt und firmiert auch als Konnopke's Imbiß, das Original.

Das Zerwürfnis

2012 eröffnet Mario Ziervogel, der zuvor viele Jahre Seite an Seite mit seiner Mutter Waltraud Ziervogel arbeitete, mit seiner Frau Viola einen eigenen Imbiß – unweit vom Standort der Mutter. Das gab nicht nur böses Blut, sondern einen wahrlichen „Currywurst-Krieg“ und endete mit einem Zerwürfnis zwischen Mutter und Sohn.

In diesem Jahr feiert er nun schon sein siebenjähriges Firmenjubiläum. Über den Namen Ziervogel's Kult-Curry haben die Kunden entschieden, so der Chef heute. Er ist stolz darauf, dass seine Currywürste von Fleisch aus artgerechter Tierhaltung stammen (eine vegane Variante gibt es auch) und die Sauce auch heute noch dem Original des beliebten Familienrezepts der Ziervogels entspricht. Er wird ganz der Tradition entsprechend exklusiv von der Fleischerei Gottschlich im Kiez beliefert. Der Enkel des berühmten Ost-Berliner Wurstverkäufers hat zehn verschiedene Würste, Schaschlik und Buletten mit Saucen nach altem Familienrezept im Angebot. Die Kult-Currywurst wird in der Porzellanschale serviert mit der hausgemachten Currysauce – Grundsubstanz aus Werder-Ketchup – die in verschiedenen Schärfegraden angeboten wird. **dmp**



Damhus, der Spezialist für Brat- und Currywurst

Regional produziert im Münsterland, bringt Damhus mit seinen Wurstspezialitäten seit Generationen Geschmack und Qualität für Nordrhein-Westfalen, Deutschland und Europa auf den Teller.

Wurst von Damhus wird ...

- ... nach einem alten Familienrezept in der hauseigenen Produktion durch Meisterhand hergestellt.
- ... von hochmotivierten Mitarbeitern unter zur Hilfenahme modernster technischer Anlagen produziert.
- ... in einem kontrollierten Betrieb auf höchstem Niveau gefertigt – und dass immer wieder in prämiierter Spitzenqualität.
- ... regional im Münsterland produziert



© Marion Lürkens

„70 Jahre Currywurst“ – ein guter Grund Danke zu sagen!

Ein Dank an alle Kunden, von denen so viele schon echte „Fans“ geworden sind! Sie sind Bestätigung und Ansporn unserer täglichen Arbeit!

**Wenn es um die (Curry-)Wurst geht:
Damhus – Die Meistergriller!**

Bis zu 250 Würste pro Stunde!

Mit der Wurstgrillkombination von Beer Grill sind Sie für jeden Event gut ausgerüstet. Mit einer Kapazität von bis zu 250 Würsten pro Stunde ist die Wurstgrillkombination jedem Ansturm gewachsen. Dabei werden die Würste im unten eingebauten Salamander grilliert und oben auf dem Grill-

rost präsentiert und warmgehalten. Die verkaufsfördernde Beleuchtung mit leistungsstarken IR Strahlern setzt die Würste perfekt in Szene, schafft mit der Stützwärme von oben ein ideales Klima und lockt Ihre Gäste an, welche von kurzen Wartezeiten profitieren. Neu wurde die Anschlussleistung der Wurstgrillkombination deutlich gesenkt ohne dabei deren Kapazität zu reduzieren.



www.beergrill.com

NeuGast
VON A - Z FÜR IHREN GAST
Neu. Frisch. Innovativ

NeuGast: Neu. Frisch. Innovativ. Für Ihren Gast

Im hochmodernen Onlineshop von NeuGast erhalten Gastronomen, Köche und Küchenverantwortliche von A bis Z alles für Ihren Bedarf, was Sie für die Zubereitung von Speisen benötigen: **NEU. FRISCH. INNOVATIV.**

Der Onlineshop für Produkte, Services & Dienstleistungen ist Trusted Shops-zertifiziert und enthält Produkte von Top-Marken wie:

- ◆ Berner
- ◆ Bertos
- ◆ Brema
- ◆ Caso
- ◆ Fischbach
- ◆ Henkelman
- ◆ Knauss
- ◆ Modular
- ◆ MUE
- ◆ Panasonic
- ◆ Potis
- ◆ Samsung
- ◆ Sharp
- ◆ Westmark
- ◆ uvm.

... und spricht damit Kunden aus den Bereichen Gastronomie, Hotellerie, Gemeinschaftsgastronomie, Bäckerei und Metzgerei an.

Neben technischem Equipment erhalten Interessierte hier zudem im Zuge von Nachhaltigkeit umweltfreundliche Artikel sowie Dienstleistungen und Services wie Versicherungen, Kassensysteme und Leasingangebote.

Mit dem Gutscheincode „Currywurst70“ erhalten Kunden 5 % Rabatt beim Kauf von bereits stark reduzierten Artikeln zum Thema Currywurst.



Telefon: 0231 99763300

Bleib so, wie du bist!

So lautet die Forderung von Kim Konstantin Hagebaum an einen bodenständigen Klassiker der deutschen Imbisskultur. Der Geschäftsführer der Extrawurst-Franchisezentrale verriet im Gespräch, warum die Currywurst so beliebt ist und was bei der Rezeptur so gar nicht geht.



Stichwort Rezeptur: Was geht bei einer Currywurst gar nicht?

Bei der Currywurst gibt es aus unserer Sicht mehrere Punkte, die für uns grob fahrlässig sind. Dazu gehört es, Wurst von schlechter Qualität mit aromatischen Saucen zu überdecken, denn die Currywurst steht und fällt mit ihren Rohstoffen. Die Wurst im Fett zu braten geht aus unserer Sicht ebenso wenig. Die Verwendung von Blattgold oder ähnlichem sehen wir von Extrawurst ebenfalls als eher kritisch. Die Spezialität ist ein bodenständiges Gericht, dem durch eine solche Garnierung die Würde genommen wird.

Aus welchem Fleisch muss die Original-Currywurst sein?

In dieser Hinsicht sind wir sehr offen. Die Fleischart oder -zusammenstellung ist dafür nicht ausschlaggebend, sondern allein die Qualität des Fleisches. Diese muss einwandfrei sein, denn sie macht den Geschmack der Currywurst aus. Und um den geht es!

Die Currywurst feiert dieses Jahr 70sten Geburtstag: Was wünschen Sie ihr für die nächsten 70 Jahre?

Currywurst, bleib so, wie du bist: ehrlich und lecker.

Wird sich die Currywurst in Zukunft verändern? Wird es eine Currywurst 2.0 geben? Wie könnte diese aussehen?

Die Currywurst ist ein bodenständiges Gericht und seit nunmehr 70 Jahren in der deutschen Esskultur tief verwurzelt. Dennoch sind die Deutschen dazu bereit, immer wieder Neues auszuprobieren. So erleben wir an unseren Standorten, dass bereits bei der Wahl der Wurst und des Currypulvers gern experimentiert wird. Wir sind sehr gespannt, was uns die Zukunft der Currywurst Kulinarisches auf die Teller zaubern wird!

Vielen Dank für das Gespräch!

jel

Herr Hagebaum, kürzlich bekamen wir von Ihnen die Nachricht, dass die Currywurst wieder angesagt ist. Was war zwischenzeitlich passiert?

In den vergangenen Jahren wurde der größte Wettbewerber der Currywurst-Buden, die „Döner-Läden“, von einer Vielzahl neuer sog. „Premium-Burger-Schmieden“ in Deutschland abgelöst. Currywurst ist und war nie ein Trend, sondern ist vielmehr einfach ein Stück deutscher Esskultur.

Warum ist sie jetzt wieder beliebter?

Aus meiner Sicht handelt es sich bei der Currywurst nicht um ein Trendprodukt, welches z. B. starken Schwankungen aktueller Ernährungstrends unterliegt. Innerhalb der vergangenen Jahre vollzieht sich allerdings ein Wandel in den Einstellungen der Verbraucher: Für eine Mehrheit spielt die Qualität ihrer Lebensmittel eine immer wichtigere Rolle. Das gilt besonders in der Imbisskultur. Die Deutschen wollen wissen, wo ihre Produkte herkommen und was in ihnen steckt. Für eine hochwertigere Qualität sind sie aber auch bereit, einen angemessenen Preis zu bezahlen.

Wie viele verschiedene Currywurst-Arten haben Sie im Programm und wie unterscheiden sich diese?

Alle unsere Extrawurst-Standorte bieten eine Vielzahl verschiedener Currywurst-Varianten. Unsere Auswahl beginnt nicht bei den unterschiedlichen Saucen oder Currypulvern mit verschiedenen Schärfegraden, sondern bereits auf dem Grill bei der Wahl der Wurst. Im Sortiment haben wir fünf unterschiedliche Wurstsorten, die wir den Kunden am Extrawurst-Stand anbieten können: die „Lange Lüdenscheider“ – unser Klassiker –, feine Grillbratwurst, Riesenkrakauer, Rindswurst sowie saisonal variable Sorten wie Wild- oder Kalbsbratwurst.

Welche ist besonders beliebt und warum?

Besonders beliebt ist bei uns die Currywurst aus der „Langen Lüdenscheider“. Warum? Die Spezialität aus magerem Schweine- und Putenfleisch hat einen niedrigeren Fettgehalt im Vergleich zu klassischen Bratwürsten, strotzt dafür aber vor Eiweiß. Die „Lange Lüdenscheider“ überzeugt aufgrund ihres einzigartigen Geschmacks.

To Go Schiffchen

Die beliebten Snackschalen in Schiffchenform sind umweltfreundlich, kunststofffrei und besonders geeignet für Streetfood und Fingerfood in jeglicher Art!

- ✓ hochwertige Qualität „Made in Germany“
- ✓ fettabweisende kunststofffreie Barriere/Beschichtung
- ✓ mikrowellengeeignet, umweltfreundlich, kompostierbar und zu 100% recyclebar
- ✓ Kraftkarton aus zertifizierter Forstwirtschaft
- ✓ erhältlich in den Größen 300, 400 und 800 ml Inhalt

to-go
VERPACKUNGEN



Der Klassiker: köstlich und klasse kalibriert

Warum Sie auf die Currywurst von Prima Professional setzen sollten?

Weil sie Ihnen alle Vorteile bietet:

- ◆ köstlich im Geschmack (Schwein oder Geflügel)
- ◆ praktisch kalibriert
- ◆ ohne Geschmacksverstärker, Farbstoffen und Aromen
- ◆ als Schweine- oder Geflügelwurst
- ◆ produziert und hergestellt im Herzen Ostwestfalens mit grünem Strom
- ◆ immer ein Erfolg bei Ihren Gästen.

www.prima-professional.de



Die Renner für das heiße Snackgeschäft

Das Imbissgeschäft ist aus dem Außer-Haus-Markt nicht mehr wegzudenken und trägt erheblich zum Gesamtumsatz bei. Tendenz steigend! Dabei ist die Currywurst der Klassiker unter den deutschen Snacks und immer wieder heiß begehrt. Mit der VANTASIA® Currywurst Sauce oG hat VAN HEES die ideale Ergänzung zu dem beliebten Snack kreiert: eine leicht süßliche, fruchtige Sauce von kräftig dunkelroter Farbe und perfekter Konsistenz, die frei von zugesetztem Glutamat ist. Die Sauce ist direkt anwendbar und damit ideal für heiße Theken und den schnellen Imbiss für zwischendurch.

Auch die Bratwurst selbst trägt maßgeblich zum Erfolg der Currywurst bei. Beste Fleischauswahl und die richtige Zusammenstellung der eingesetzten Gewürze und Gütezusätze sorgen für den vollen Genuss. Für ein optimales Grillverhalten sorgt VAN HEES® pH-Optimal. Durch den Einsatz wird die Bratwurst-Qualität standardisiert und Platzer auf dem Grill vermieden. Für den besonderen Geschmack sorgt das Gewürzpräparat VAN HEES® Bratwurst würzig oGAF: Weißer Pfeffer, edler Muskatnuss sowie eine angenehm leichte Kümmelnote unterstreichen den würzig-leckeren Charakter.

www.vanhees.com



VAN HEES
we know how

Ihr Fachhandelspartner für Großküchen- geräte und Gastronomiebedarf



Beim Vollsortimenter GGG erhalten Fachhändler aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsgastronomie das notwendige technische Equipment, auch rund um die Currywurst.

Kurzübersicht GGG:



- ◆ Großhändler für Großküchengeräte & Gastronomiebedarf, Partner für über 5.000 Fachhändler
- ◆ Seit 40 Jahren am Markt
- ◆ Vollsortimenter mit über 6.000 Produkten
- ◆ Mehr als 1.000.000 Produkte auf Lager, 98%ige Warenverfügbarkeit
- ◆ Lagerfläche von 35.000 m²
- ◆ Mehr als 30.000 verschiedene Ersatzteile verfügbar
- ◆ Drop-Shipping-Anbieter, d. h. Lieferung direkt an den Kunden
- ◆ Über 40 eigene Lkw zur Auslieferung beim Kunden

Rufen Sie uns an!

GGG GmbH | Gastro-Großküchen-Geräte
Grabenstraße 26, 59759 Arnsberg
E-Mail: zentrale@g-g-g.de, Tel. (02932) 93 60

Dünnere Pommes Frites, noch knuspriger! Genießen Sie die Farm Frites Finest Pommes Frites!

Aus den besten Kartoffeln gemacht, überzeugen sie mit intensivem Geschmack und unschlagbarer Knusprigkeit. Durch ihre einzigartigen Eigenschaften sind sie die ideale Ergänzung Ihrer Menüs, wenn Sie Ihre Gäste überraschen möchten.

- ✓ Erlesener Pommes Frites-Geschmack
- ✓ Knusprigkeit
- ✓ Abwechslung auf der Speisekarte
- ✓ Spaß und Begeisterung auf dem Teller
- ✓ Große Portionen

Eine hervorragende Ergänzung unseres Finest-Sortiments mit allen Qualitäten des Farm Frites Finest-Sortiments.

- ✓ Hergestellt aus den besten Kartoffelsorten
- ✓ Vorfrittiert in 100 % Sonnenblumenöl



Wie lassen sich superfeine Pommes Frites verwenden?
Werden Sie kreativ! Holen Sie sich Inspirationen!

- ✓ als Garnierung
- ✓ als Basis
- ✓ als Beilage



Überall bekannt

Thomas Borgers ist Vertriebsleiter bei Damhus und gibt uns seine Einschätzung zur Currywurst.

Herr Borgers, welche Grundzutaten gehören für Sie in eine qualitativ hochwertige Currywurst?

Die vielfache Annahme, dass die Wurst unter der Sauce keine Bedeutung hat, ist falsch. Eine gute herzhaft-würzige, kross gebratene Bratwurst ist mitentscheidend für eine geschmacklich runde Gesamtkomposition – Bockwurst sehe ich als nicht so geeignet an. Wir verwenden für den Currykumpel in unserer Würzsauce u. a. Apfelmarmelade für eine fruchtige, leicht süße Note, die dann im Zusammenspiel mit Tomaten und weiteren Gewürzen das Geschmackserlebnis darstellt: fruchtig-süß mit einer leicht aufgehenden Schärfe, die aber nicht brennt. Ob man dann noch mit weiterem Currypulver arbeitet, bleibt den persönlichen Vorlieben vorbehalten. Ich halte von diesen scharfen, „überwürzten“ Saucen nicht so viel, da sie meistens alles andere überdecken.

Warum ist die Currywurst nach wie vor so beliebt?

Die Currywurst war und ist das „schnelle, einfache, preiswerte Gericht“. Oftmals von Region zu Region etwas abgewandelt angeboten, aber grundsätzlich überall bekannt und vertraut. Currywurst ist ein Klassiker, dessen Geschmack einem nicht langweilig wird und den man deshalb immer wieder genießen kann.

Welche Bedeutung kommt Sonderformen des Klassikers wie halal oder fleischlos zu?

Ich finde es gut, dass sich Kulturen verändern, es zu Vermischungen und neuen Inspirationen kommt. Die Thematik „Halal-Currywurst“ kann problematisch gesehen werden, je nach Glaubensauslegung durch die Verwendung von Branntweinessig. Unsere Putenbratwurst eignet sich sehr gut als Grundprodukt, da sie auch unter Sauce ihren fleischigen Biss behält und durch die abgestimmte Würzung nicht untergeht. Vegetarische und vegane Varianten sind derzeit noch eine Nische in der kleinen, aber wachsenden Welt dieser Produktränge. Damit dieses Segment die notwendigen Mengen und Käuferschichten für ein dauerhaftes Angebot erreichen kann, müssen neben Vegetariern oder Veganern auch Flexitarier Gefallen daran finden. Hier sind wir derzeit mit unserem Veggiegriller in Produktversuchen, um auch diese Klientel zu erreichen.

Vielen Dank für das Gespräch!

eva

WURST IST EHRENSACHE



Mit einer speziell bedruckten Gelbwurst engagiert sich der Metzgermeister Jürgen Reck für ehrenamtliche Organisationen.

Ehrenamt und Handwerk kämpfen um Nachwuchs. Eine Tatsache, die in der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen wird. „Wir verkaufen nicht nur, wir unterhalten uns mit Kunden. Diese tragen nach draußen, was wir tun. Warum diese Plattform nicht endlich mal nutzen?“ Diese Gedanken gingen Jürgen Reck durch den Kopf, als er auf die Idee für die „Ehrenamtswurst“ kam: eine Gelbwurst in extra bedrucktem Darm, von deren Verkaufserlös ein Teil an eine ehrenamtliche Organisation gespendet wird. Dabei werden Feuerwehr, THW & Co. unterstützt, während zugleich die öffent-

liche Konversation über Nachwuchs im Handwerk und freiwilligen Dienst angeregt wird. Gemeinsam mit dem Team von Böhm.media setzte Jürgen Reck das Ganze in die Tat um. Mit einer ersten Teilnehmergruppe und der prominenten Unterstützung des bayerischen Innenministers Joachim Herrmann geht es nun daran die Aktion in aller Munde zu bringen. Das klappt am besten mit so vielen Teilnehmern wie möglich. Bei den ersten Teilnehmern sorgte die Ehrenamtswurst bereits für viel Aufmerksamkeit. Es gab bereits Interessenten für Ausbildungsstellen, die sich bei ihrer Bewerbung auf die Aktion bezogen. So erreicht man für den eigenen Betrieb auch ein ganz neues Bewusstsein seitens der Kunden. Die Bestellungen der Därme erfolgt direkt. Zusätzlich bietet Böhm.media ein Starterpaket, bestehend aus 1.000 Flyern, zehn Aufklebern und zwei Plakaten. Alles ist im Look der Ehrenamtswurst designed und dient der Vermarktung oder zur Aufklärung von Interessenten. Der Flyer wird dabei individuell mit dem Logo des Teilnehmers und der Organisation, an die gespendet wird, bedruckt. Die Initiatoren freuen sich auf neue Teilnehmer im Kampf gegen das Aussterben von Traditionshandwerk und Ehrenamt. Denn: Wer nichts tut, hat auch nicht das Recht, sich darüber zu beschweren, dass nichts passiert. Der Ansprechpartner der Aktion ist Philipp Böhm, pb@boehm.media, (09123) 98 98 99-18. www.derdorfmetzger.de, www.ehrenamtswurst.de



Fotos: Böhm.media

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



Natürlichkeit, Transparenz und Storytelling sind Erfolgstreiber. Der Naturdarmverband gibt sieben Tipps für das Fleischerfachgeschäft der Zukunft.

AUTHENTISCH & NACHHALTIG



Der Rückgang der Traditionsbetriebe im Fleischerhandwerk war selbst großen Tageszeitungen schon Schlagzeilen wert. Aber es gibt auch eine starke Gegenbewegung: Die junge Generation der Branche zeigt mit Innovationskraft, Experimentierfreude und jede Menge Selbstbewusstsein, wie kluge Unternehmenskonzepte den Nerv der Kunden treffen. Der Zentralverband Naturdarm (ZNV) versteht sich als Impulsgeber und Berater des Handwerks auf dem Weg in die Zukunft. Wie tickt der Kunde von morgen? Ist die Generation Z nur noch via Instagram zu erreichen? Wie können sich Fachgeschäfte

Fotos: © adobe, © Vasily - adobe.stock.com



„Uns allen ist klar: Der Markt wird schwieriger und wir sind als Unternehmer/-innen mehr denn je gefragt, unsere Geschäftsmodelle zukunftsfest zu machen. Der Rohstoff Naturdarm profitiert dabei vom Trend zu Natürlichkeit und Nachhaltigkeit, der nach Einschätzung von Experten weiter wächst. Wir beobachten mit großer Freude, wie kreativ und engagiert sich das Fleischerhandwerk den Fragen der Zukunft stellt – ob Nationalmannschaft, das Netzwerk „Wir sind anders“ oder viele Unternehmerpersönlichkeiten der neuen Generation, die in den Fachgeschäften ihre Frau bzw. ihren Mann stehen.“

*Heike Molkenthin,
Verbandsvorsitzende
Zentralverband Naturdarm e.V.*

Fotos: Naturdarmverband /Peter Fobe, Colourbox.de



behaupten, wenn der Online-Handel auch im Food-Sektor voll durchschlägt? Auf der Grundlage aktueller Trendstudien und in Zusammenarbeit mit Profis aus Betrieben und Marketing sind sieben Inspirationen entstanden, mit denen sich Fachgeschäfte für die Zukunft rüsten können:

1. MIT BERATUNG PUNKTEN

Wer hätte das in Zeiten von Instagram und YouTube gedacht? Laut einer Nestlé-Studie halten nur 5 % der Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren bei Ernährungsfragen die Kanäle von Celebrities und Influencern für zuverlässige Informationsquellen, nur 9 % vertrauen Foodblogs. Eine gute Chance, im persönlichen Verkaufsgespräch mit Tipps und Ratschlägen eine Bindung zu den Käufern von morgen aufzubauen – gerade für Familienbetriebe mit „Chefbetreuung“ eine Steilvorlage. Davon ist auch die Jungmeisterin und Fleischsommiere Lena Michaelis überzeugt, die in der Traditionsmetzgerei ihrer Familie in Maintal Stammkunden mit innovativen Ideen begeistert: „Eine gute Beratung gibt unseren Kunden Sicherheit und baut Vertrauen auf. Wissen macht den Unterschied – und darum ist eine fundierte Aus- und Weiterbildung so wichtig“.

2. GUTE GESCHICHTEN ERZÄHLEN

„Storytelling“ pusht den Abverkauf. Mehr als 1.800 Wurstsorten, viele davon mit tiefen regionalen Wurzeln oder langer Historie, bieten wahrlich einen reichen Fundus. Allein über die Produkte mit den offiziellen EU-Siegeln „g.g.A. Geschützte geografische Spezialität“ und „g.U. geschützte Ursprungs-



FachPack
**BESUCHEN SIE UNS
IN NÜRNBERG**
24.-26. SEP. 2019
HALLE 1,
STAND 1-349

NEUE PRÄZISION TRIFFT AUF EFFIZIENZ.

**DAS NEUE VEMAG LPG218
VERSCHAFFT IHNEN
ENTSCHEIDENDE LÄNGENVORTEILE.**



Holen Sie beim Abdrehen von Brühwurst in Kunst- und Kollagendarm einen deutlichen Vorsprung heraus. Die Maschine ist extrem längen- und gewichtsgenau – ein Profi, der keine halben Sachen macht. Für die Bedienung genügt eine Person. Das Wechseln des Darms ist in Rekordzeit möglich. Blitzschnell geht auch die Umrüstung. Dazu kommen minimale Betriebskosten, weil der nahezu verschleißfreie Antrieb und die Modulbauweise Ihren Wartungsaufwand minimieren. Das LPG218 bringt Ihre Würstchenproduktion weit nach vorne.

www.vemag.de





„Mit dem ‚Geschmacksfuhrwerk‘ rocken wir den Wochenmarkt in Bruchsal. Unser Verkaufswagen ist die Bühne für unsere geilen Fleisch- und Wurstwaren – Meatlove auf Rädern! Jeder Einkauf sollte heute ein kleines Erlebnis sein. Immer ein offenes Ohr und vor allem tolle Zubereitungsideen zu haben, ist in unserem Beruf entscheidend. Wichtig sind uns auch Authentizität und Transparenz. Mit einem lockeren Spruch auf den Lippen haben wir schon so manchen Kunden für uns gewinnen können.“

Nehle und Simon Karcher,
Karcher – Dein Metzger, Neibsheim

bezeichnung“ (bei beiden sind Naturdärme als Wursthülle obligatorisch) lässt sich viel Spannendes berichten, ebenso über hausgemachte Spezialitäten und eigene Traditionsrezepturen. Viele Betriebe zeigen dafür schon auf sozialen Kanälen Flagge, etwa mit Rezepten und Warenkunde.

3. TRANSPARENT SEIN

Wo leben die Tiere, von denen unsere Lebensmittel stammen? Wie wird es verarbeitet, wie wird Wurst hergestellt? Diese Themen sind für die Kunden immer wichtiger. Und: Regionalität bleibt ein ganz starkes Verkaufsargument. Warten Sie nicht, bis ihre Kunden fragen – in-

formieren Sie aktiv über Lieferanten, Rezepturen und ihr Team. Lassen Sie es dabei gern menscheln und zeigen sie Gesicht.

4. MIT NACHHALTIGKEIT PROFILIEREN

Jede überflüssige Verpackung wird von Kunden heute kritisch gesehen. Das gilt auch für die Wursthülle. Naturdarm ist eine Ressource der Natur, muss nicht hergestellt werden und wird mitgegessen. „Die Nachfrage der Konsumenten nach natürlichen Rohstoffen macht sich bei unseren Mitgliedsbetrieben deutlich bemerkbar“, sagt Heike Molkenhuth, Vorsitzende des Naturdarm-Verbands. „Unser Produkt ist keine Massenware und stellt etwas

höhere Ansprüche an die Verarbeitung. Gerade das macht die Wurst unverwechselbar, gibt ihr das typische Aussehen. Der Betrieb profitiert von der höheren Wertschöpfung“, ergänzt sie. Zudem ist Naturdarm wichtiger Bestandteil der Nose-to-tail-Philosophie, bei der aus Respekt vor dem Tier möglichst alle Schlachterzeugnisse für Lebensmittel verwendet werden.

5. NEUE KONZEPTE AUSPROBIEREN

Wie lassen sich Mehrwegkonzepte mit den Hygieneanforderungen vereinbaren? Ist die Papiertüte eine gute Alternative zu Plastik? Nicht einmal Experten sind sich einig, ob es optimale Lösungen gibt. Was können Sie tun? Haltung zeigen und neue Wege gehen. Tauschen Sie sich mit Kollegen aus, diskutieren sie die Themen in der Innung. Probieren Sie aus, welche Möglichkeiten Sie in ihrem Betrieb umsetzen können. Machen Sie erste Schritte und bleiben sie offen für Optimierungen. Auch diese Themen bieten gute Ansätze für den Dialog mit Kunden.

6. AUF AKTUELLE TRENDS SETZEN

Jede Zeit hat ihre Foodtrends – viele davon lassen sich für den eigenen Betrieb nutzen. So gibt es inzwischen viele Wurstkreationen mit einem ausgewiesenen hohen Proteingehalt – ein Argument, das vor allem bei „Body-Shapern“ zieht. Kurkuma, Zimt und Kreuzkümmel lösen gerade Chia und Chili als Trendzutaten ab und auch beim Megatrend Poké Bowl to-go können Fleischerfachgeschäfte gut mitmischen. Handwerksbetriebe sind hier gegenüber der Industrie sogar klar im Vorteil: Der Vorlauf ist kürzer, die Mengen kleiner – und das Feedback kommt direkt zurück.

7. ERLEBNISSE BIETEN

Zugegeben: Die Generation unter 30 findet (noch) eher selten ihren Weg direkt ins klassische Fachgeschäft. Seien Sie deshalb als Unternehmer auf der Höhe der Zeit und kreativ und bringen Sie ihr Angebot dorthin, wo Sie ihre potenzielle Zielgruppe treffen. Mobilisieren Sie ihr Business, etwa mit einem coolen Foodtruck, und zeigen Sie bei jungen Events Präsenz. Eine echte Erfolgsstory liefern auch Nehle und Simon Karcher von „Karcher – Dein Metzger“, dem diesjährigen Gewinner des Innovationspreises „Wurst hat Zukunft“ des Naturdarmverbandes. www.naturdarm.de

Allianz in Sachen Natur

Der Zentralverband Naturdarm (ZVN) vertritt seit 1947 die Interessen der deutschen Spezialfirmen, die sich mit Handel und Verarbeitung von Naturdärmen beschäftigen. Die Mitglieder sind mit etwa 6.000 Mitarbeitern rund um den Globus aktiv. Seit Jahren investiert der ZVN ein namhaftes Budget in die mehrfach ausgezeichnete Kampagne „Rettet das Wurst-Kulturerbe“. Junge Käuferzielgruppen stehen dabei im Fokus. Die Facebook-Seite „Bock auf Knackwurst“ hat fast 20.000 Fans und auch die Website www.naturdarm.de erscheint nun in einer neuen Gestaltung. Mit dem Innovationspreis „Wurst hat Zukunft“ werden kreative Ideen rund um die Wurst ausgezeichnet. Partner des Awards ist der Deutsche Fleischer-Verband. Der ZVN versteht sich als kompetenter Partner des Handwerks. Kontakt: Sabine Zachow (Fachreferentin), Tel.: (040) 37 47-190, E-Mail: zentralverband@naturdarm.de





DIE ZUKUNFT IST DIGITAL

Nicht nur in der industriellen Produktion basiert die Optimierung von Prozessen auf Digitalisierung und Vernetzung. Auch handwerkliche Betriebe können davon profitieren. Ein Blick über den Tellerrand.

Ziel ist es, die Produktionssicherheit und Maschinennutzungsgrade zu erhöhen, energieeffizienter zu arbeiten oder flexibler auf Marktveränderungen reagieren zu können. In einer Smart Factory sollen Produkte und dezentrale Maschinen miteinander kommunizieren, sich selbst organisieren, steuern und kontrollieren. Eine grundlegende Voraussetzung dafür ist die permanente Verfügbarkeit der Zustandsdaten von Produkten, Maschinen, Antrieben, Lagern usw. Diese Aufgabe übernehmen sogenannte Smarte Sensoren. Sie verfügen neben dem eigentlichen Sensor zur Erfassung von Messgrößen auch über integrierte Mikroprozessoren zum Aufbereiten und Aufarbeiten von Signalen. Neben Temperaturen, Stromaufnahme, Drehmoment und Druck erfassen sie auch Gase und mikrobielle Verunreinigungen.

Die klassische Wartung nach festen Intervallen oder Betriebsstunden erfolgt aus Sicherheitsgründen meist zu früh und verkürzt so unnötig die Laufzeiten von noch intakten Bauteilen, wie Antriebe, Wellen oder Lager. Damit verlie-

ren Unternehmen Kapital und wertvolle Ressourcen. Maschinenschäden entstehen nicht aus heiterem Himmel. Sie kündigen sich lange vorher durch ungewöhnliche Geräusche, plötzlich auftretende Maschinenschwingungen oder Temperaturanstiege sowie erhöhte Stromaufnahmen und dergleichen an. Diese Veränderungen lassen sich mittels intelligenter Sensoren in Echtzeit erfassen, online überwachen und mit entsprechender CMS (Condition Monitoring Software) auswerten. Das ermöglicht eine zielgerichtete Wartung und liefert wertvolle Informationen zum weiteren Optimieren von Maschinen und Anlagen.

ELEKTRONISCHES JOBTICKET

RFID (Radio Frequency Identification) ermöglicht die Echtzeitübertragung von Daten per Funk zwischen Transpondern und Schreib-Leseköpfen. In Schlachthaken, Paletten, Verpackungen oder Maschinenteilen integrierte Transponder kommunizieren bidirektional mit Schreib-Leseköpfen an Verarbeitungs- oder Verpackungsstationen. So beinhalten etwa ab

Werk in Slicer-Messer integrierten RFID-Chips neben Geometriedaten der Schneiden auch die zugehörigen Schärfungsprogramme sowie deren verschlüsselte Artikel- und Seriennummern. Ein im Schärfungsmodul installierter RFID-Schreib-Lesekopf liest die Messerdaten ein, identifiziert das Messer, führt das zugehörige Schärfungsprogramm aus und aktualisiert



danach die Transponder-Daten inklusive Angabe der verbliebenen Bearbeitungsreserven. Das Prinzip ist auch auf viele andere Ver- und Bearbeitungsstufen entlang der Wertschöpfungskette übertragbar.

VISION-SYSTEME

Die Kombination aus *Digitalkamera* und *Bildauswertungssoftware* gibt Maschinen die Fähigkeit des Sehens und damit die Möglichkeit, gezielt auf Veränderungen in ihrer Umwelt zu reagieren und Entscheidungen zu treffen. So erkennen sie Lage, Position, Orientierung, Form, Größe und Farbe beliebiger Objekte auf Transportbändern. Dabei gewonnene Daten eignen sich etwa zur Steuerung von Robotern und Ausschleusungseinheiten oder zum Beurteilen von Fett- und Mageranteilen beim Inline-Klassifizieren von Bacon-Aufschnitt als A-, B- oder C-Ware. Weitere Anwendungen sind das Prüfen auf Vollzähligkeit und Unversehrtheit von Verpackungen sowie das richtige Platzieren und Bedrucken der Begleit- oder Versandlabel.



EFFEKTIVER PLANEN

Ein *digitaler Zwilling* ist mehr als nur ein digitales 1:1-Abbild seines physischen Pendants. Er verfügt, wenn auch nur virtuell, über die gleichen Sensoren, Verhalten, Eigenschaften sowie Software und ist ebenso mit anderen Systemen vernetzt. Das macht ihn für Anlagenplaner und Konstrukteure zum idealen Entwicklungswerkzeug. Typische Einsatzgebiete sind virtuelle Simulationen von Prozessen sowie Funktionstests von Komponenten, Baugruppen, Maschinen oder Gesamtanlagen inklusive

deren Steuerungs- und Applikationssoftware. Das ermöglicht das Aufspüren und Korrigieren von Fehlern schon im Vorfeld der realen Fertigung. Dies spart Kosten, Zeit, Ressourcen und Energie. Experten aus Vertrieb, Planung, Fertigung und Wartung auf Hersteller- wie auch Kundenseite können anhand des digitalen Zwillings gemeinsam alle Optionen realitätsnah durchspielen, diskutieren und optimieren. Weitere Optionen des digitalen Zwillings sind das Training künftiger Maschinen- und Anlagenbediener im Umgang mit dem System sowie der virtuellen Inbetriebnahme. Letztlich lässt sich die reale Anlage über ihren digitalen Zwilling auch real bedienen und warten. Auf der IFFA 2019 in Frankfurt am Main zeigten internationale Unternehmen ihre neuesten Technologien und informierten über die wichtigsten Trends und Entwicklungen. Großen Raum nahm dabei das Optimieren von Produktionsprozessen ein. Viele der auf der Messe gezeigten Best-Practice-Beispiele boten Fachbesuchern wertvolle Anregungen und Entscheidungshilfen. www.iffa.com

Foto: Messe Frankfurt / Pietro Sutura

ANZEIGE

Flexibel verpacken

Das Bochumer

Familienunternehmen

WEBOMATIC Maschinenfabrik GmbH

bietet robuste Vakuump-, MAP-

und Schrumpf-Anwendungen

für Fleischereien.



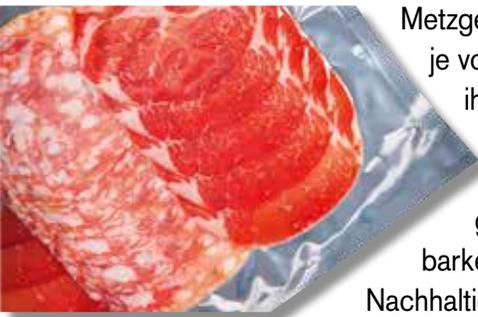
Heute vereinen Verpackungssysteme auch Vorteile der Skin- und Schrumpftechnologie. Hochwertige Schrumpfverpackungen in exzellenter Qualität können in der Einstiegslinie, der Kammermaschine **SuperMax I** in Kombination mit dem manuellen **Schrupftank ST 40**, oder in der automatisierten Version, der Kammerbandmaschine CL-C 950, in Kombination mit den jeweiligen Anlagenkomponenten verpackt werden. Schrumpfbeutel ziehen sich im Schrumpfprozess, während des Kontaktes mit heißen Wasser oder Wasserdampf, zusammen und umschließen die verpackte Fleischspezialität wie eine zweite Haut. So wird ein Auslaufen vermieden und eine natürliche Produktpräsentation ermöglicht.

Die Standmaschine **SuperMax I** garantiert Produktionssicherheit, Flexibilität und Servicefreundlichkeit. Die integrierte IGT-standard-Steuerung sichert durch Features wie zehn mögliche Verpackungsprogramme und separat regelbare Siegel- und Trennzeiten, optimale Vakuumpackungen und ein leichtes und manuelles Entfernen überstehender Beutlränder. Die Siegeleisen lassen sich werkzeuglos ausbauen, sodass eine schnelle, hygienische Reinigung der Kammer bis in den letzten Winkel möglich ist. Der manuelle **Schrupftank ST 40** verzichtet auf Druckluft: Heizung und Temperaturkontrolle werden elektrisch betrieben, das Heben und Senken der Tauchauflage (400 x 600 mm) erfolgt elektromotorisch. Bei einem max. Produkt-

gewicht von 25 kg können in bis zu 6 Takten/Min. Schrumpfverpackungen manuell erstellt werden.

Der halbautomatische **Traysealer TL 250** ermöglicht günstige, professionelle Schalenverpackungen bei einer maximalen Schalenabmessung von 400x300 mm. Mit verschiedenen Schalenformaten garantiert er höchste Flexibilität – das Standardformat 190x144 mm kann sogar 4fach in einem Takt verpackt werden, die typische Hackfleischschale 227x178 mm 2fach. Das Siegelwerkzeug lässt sich ohne zusätzliche Hilfsmittel wechseln. Alle handelsüblichen und siegelfähigen Schalen wie Aluminium, Karton, Plastik (PP, PS, A-PET, airPET® etc.) können darauf verarbeitet werden.

NACHHALTIG UND PRAKTISCH



Metzgereien stehen mehr denn je vor der Herausforderung, ihre Produkte in Materialien zu verpacken, die die hohen Anforderungen hinsichtlich Haltbarkeit, Produktschutz und Nachhaltigkeit erfüllen.

Eine Verpackung soll ansprechend aussehen, Fleisch und Wurst beim Transport, bei der Lagerung und in der Verkaufstheke optimal vor Fremdeinflüssen schützen. Hinzu kommt eine gesteigerte Sensibilität der Kunden für das Thema Nachhaltigkeit. Ist die Erfüllung dieser Ansprüche eine Utopie? Nicht für den Allgäuer Spezialisten Allfo, der mit seinem Portfolio aus PA/PE-Barrierefolien aus Vakuumbuteln auch anspruchsvolle Nachfragen beantwortet.

Gut 200 Beutelvarianten, die sich in Größe, Form und Materialstärke unterscheiden, sind lieferbar: von Siegelrand-, Schrumpf- und Schlauchbeuteln über Koch- und Standbodenbeutel bis hin zu Mehrlagenbeuteln. Allein vom Siegelrandbeutel in einer Folienstärke von 90my sind rund 140 Größen auf Lager. Hergestellt werden die Beutel meist aus flexibler PA/PE medium Barriere Mehrschicht-Beutelfolie. Deren Basis sind wechselnde Schichten aus Polyamid und Polyethylen.

FÜR MITTAGSGERICHE

Was für handwerkliche Betriebe interessant sein kann, sind leistungsstarke Kochbeutel. „Gerade Metzgereien bieten oft zusätzlich vorgefertigte Mittagsgerichte an.

Der Kunde muss diese zu Hause nur noch sanft erhitzen“, sagt Geschäftsführer Hans Breseler. Damit erschließt sich dem Betrieb ein attraktives Zusatzgeschäft. Verpackt werden können die schnellen Gerichte etwa in Kochbeutel, die sowohl bei Hitze als auch bei Kälte punkten. Das ist wichtig, da vorgefertigte Gerichte oft nach dem Vorkochen eingefroren werden. Von -40°C bis +121°C tolerieren die Kochbeutel dieses Herstellers alle Temperaturen ohne Delamination oder Dichtigkeitsverlust.

Praktische Öffnungshilfen mit Aufreißkerbe und -band, z. B. der Vak-Tape, versprechen einen zusätzlichen Kundennutzen. Ein Klassiker ist der Zipper, der sich durch leichten Druck wiederverschließen lässt. „Der Beutel wird mit dem Zipper nahezu flüssigkeitsdicht auch nach dem Öffnen wieder verschlossen. Auch das Aroma von Gewürzen wird perfekt erhalten,“ erklärt Hans Breseler.

Ein wichtiger Trend ist Nachhaltigkeit. Täglich werden Metzgereien von sensibilisierten Kunden und deren Verunsicherung im Hinblick auf Verpackungen mit diesem Thema konfrontiert. Erstes Ergebnis ist eine Folie, in der nachwachsende Rohstoffe verarbeitet wurden.

www.allfo.de



**INNOVATIVE
FÖRDERWERKSTECHNIK F-LINE F100-F200**

F-Line füllt mit groß dimensionierten Flügelzellenförderwerk

Die Förderwerke arbeiten mit höchster Portioniergenauigkeit

Optimaler Einzug des Füllgutes auch bei kritischen Produkten

Austauschbare Steuerkurve aus hochfestem Peek Material

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

HYGIENIC SECURE

Entdecken Sie unsere Vakuum-Industriekutter in neuer Bestform.



MADE IN GERMANY

www.kgwetter.de

K+G WETTER

VON GASTRONOMEN LERNEN

Teil 3



Richtiges Verkaufen ist überlebenswichtig. Wie Mitarbeiter fit werden für Verkauf und Kommunikation und welche Faktoren eine verkaufsfördernde Inszenierung unterstützen, schildert der finale Teil dieser Serie.

Jeder Unternehmer wünscht sich Umsatz, Ertrag und zufriedene Kunden. Wer das erreicht, hat Erfolg. Was man dazu braucht? Richtig! Ein Team, das in jeder Schicht vollen Einsatz für zufriedene Kunden bringt. Und das sich als Verkäufer versteht. Täglich Kunden zufriedenzustellen, ist eine Herkulesaufgabe. Dazu müssen Mitarbeiter geführt und trainiert werden, damit sie in der Lage sind – auch in schwierigen Situationen – richtig zu kommunizieren. Die Aufgabe von Führungskräften besteht darin, Mitarbeiter für die Kommunikation zu schulen und ihnen Spaß am Verkaufen zu vermitteln. Ein Kunde muss einen Grund haben, in eine Fleischerei zu gehen und nicht zum Discounter: bessere Qualität und besseren Service. Das durchdachte und zielführende Gespräch mit dem Kunden macht den Unterschied. Was leicht aussieht, ist in Wahrheit harte Arbeit, denn es bedeutet permanente Schulung in Produktkenntnis, Kommunikation und aktivem Verkauf. Doch es lohnt sich. Denn am Ende stehen begeisterte Kunden und Mitarbeiter, die gerne und erfolgreich verkaufen. Das wirkt sich positiv auf den Umsatz sowie das Employer Branding aus, denn Mitarbeiter – ob gelernt oder Quereinsteiger – suchen Unternehmen, die sie fördern und weiterbringen. Menschen suchen Anreize, Motivation, Bestätigung und Anerkennung. Und sie lieben Vorbilder. Nutzen Sie die Möglichkeiten, ihre Mitarbeiter zu begeistern. Ein Fleischerei-Unternehmen hat ein eigenes Quereinsteiger-Programm entwickelt und erfolgreich in wenigen



Kommunikation: 5 einfache Regeln

- **Schau mich an!** Augenkontakt halten. Blickkontakt suchen. Einfach mal probieren: Der Blickkontakt mit anderen sorgt für mehr Energie bei sich selbst.
- **Lächle mich an!** Wer lächelt ruft auch in anderen ein Lächeln hervor. Lächeln Mitarbeiter, zeigen sie Interesse und dass sie guten Service leisten werden.
- **Sprich mit mir!** Im Verkaufsgespräch geht es um die wichtigste Person: den Kunden und seine Wünsche.
- **Hör mir zu!** In jedem Kundenkontakt liegen Service- und Verkaufsgemeinschaften, die genutzt werden können.
- **Nutze magische Worte!** Danke, Bitte, gerne – und wer ihn kennt, den Namen des Kunden.

Monaten neue Mitarbeiter qualifiziert. Dazu gehört auch ein Paten-System, das heißt jeder neue Mitarbeiter hat in der Filiale einen Paten zur Unterstützung an seiner Seite.

Nicht allein, was man sagt, sondern wie man es sagt, ist wichtig. Denn der Körper lügt nicht. Verbale und non-verbale Kommunikation sollten sich ergänzen und nicht widersprechen. Um Mitarbeiter vor dem Dienst positiv aufzuladen, kann ein Briefing genutzt werden. Dabei werden die Tagesziele mitgeteilt, auf Besonderheiten hingewiesen (z. B. Haxn-Promotion, neuer Salat der Saison) oder gezielt Produktkenntnisse aufgefrischt. Zugleich können Teamgeist und Motivation gefördert werden.

AKTIVER VERKAUF

Es gibt drei Kompetenzbereiche für erfolgreiches Verkaufen. Das Ziel ist es, dass die Mitarbeiter in allen dreien fit sind und ihnen so viel Spaß am Verkaufen vermittelt wird, dass sie ihr Können ganz selbstverständlich immer wieder einsetzen, sich dabei gut fühlen, motiviert sind und damit letztlich auch Erfolg haben.

■ **Selbstkompetenz:** Diese befähigt Mitarbeiter, das Angebot freundlich, souverän, sicher und entspannt zu präsentieren. Ein sicheres Auftreten ist manchem gegeben, andere müssen es üben. Die Selbstkompetenz wird durch Sicherheit im Fachlichen und in der Kommunikation gestärkt.

■ **Kommunikationskompetenz:** Die richtige Kommunikation ist die Voraussetzung für die zielführende Ansprache des Kunden. Im Verkauf kommt es darauf an, eine klare, einfache und bildhafte, beschreibende Sprache zu verwenden. Tonfall, Stimmführung sowie

Körperhaltung, Gestik, Mimik und der Blickkontakt unterstützen das Gesagte.

■ **Fachkompetenz:** Kunden erwarten, dass Verkaufsmitarbeiter Experten für die Produkte sind, die sie verkaufen. Daher ist es wichtig, dass sich diese in ihrem Angebot bestens auskennen – nur so fühlen sie sich sicher und laufen nicht Gefahr, sich zu blamieren.

DIE KÖNIGSDISZIPLIN

Vom Order-Taker zum aktiven Verkäufer. Fleischeri-Fachverkäufer/-innen müssen das Thema Storytelling beherrschen und das tatsächliche Verkaufsgespräch erlernen und üben. Der Counter-Service ist die Königsdisziplin, denn das kurze Zeitfenster muss genutzt werden, um den Kunden durch das Angebot zu führen und Besonderheiten von Produkten hervorzuheben. Weg von Fragen wie „Sonst noch etwas?“ hin zu zielführenden Fragen und verführerischen Zusatzempfehlungen. Statt eines lieblosen „Noch ein Salat dazu?“ wird eine Auswahl angeboten: „Möchten Sie unseren deftigen Kartoffelsalat mit kleinen Speckwürfeln, ein Sauerkraut mit Äpfeln oder lieber unseren sommerlichen Bauernsalat?“ Die Frage

wird vom Blickkontakt begleitet, einem leichten Nicken sowie einem Lächeln.

ATMOSPHÄRE & INSZENIERUNG

Verkaufsfördernd wirkt sich eine ansprechende Gestaltung des Geschäftes aus. Statt Bedürfnisbefriedigung suchen Kunden und Gäste heute Erlebnisse und Emotionen. Die Inszenierung von Momenten zum Wohlfühlen steht daher bei der Raumgestaltung im Vordergrund und wird umso wichtiger, je höher der Gastronomieanteil ist. Ladenbau, Beleuchtung, Musik sowie der Look der Mitarbeiter bewegen Kunden ebenso zur Kaufentscheidung. Das Konzept legt die Grundlage für die Gestaltung der Filiale mit verschiedenen Zonen (warme Gerichte, kalte Speisen, To-go, Zusatzverkäufe, usw.) und einem Laufweg, den der Kunde so zurücklegt, dass er alles wahrnehmen kann, animiert wird und rasch eine Kaufentscheidung trifft. Auch für die Verkäufer spielt die Raumatmosphäre eine wichtige Rolle. Ein Laden muss sexy sein. Nur ein Mitarbeiter, der sich wohlfühlt, strahlt es aus und wird mit Spaß verkaufen.

Kataneh Shakouhi, Jean-Georges Ploner, 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 auch auf andere Bereiche des Außer-Haus-Marktes. www.fbheroes.de



GRÜNLÄNDER: DER KÄSE MIT DER GRÜNEN SEELE

Käse-Vielfalt, die begeistert – mit sechs Sorten bietet Grünländer Verbrauchern geschmackliche Vielfalt in hoher Qualität: Mild & Nussig – der Klassiker; Leicht – mit 17 % Fett absolut ideal für Ernährungsbewusste; Räucher – vollmundig und herzhaft; Chili & Paprika – feurig und aromatisch; Gartenkräuter – mit einer Vielfalt aus leckeren Kräutern und Bärlauch – mit würzigem Geschmack. Durch die verschiedenen Zutaten-Varianten sind unterschiedliche Genussmomente garantiert – ob klassisch aufs Brot oder auf der Käseplatte. Auch für Salate, Suppen, Snacks oder warme Gerichte lässt sich der von Natur aus laktose- und glutenfreie Käse ideal kombinieren. Er liefert mit Calcium und Proteinen einen wichtigen Beitrag zur gesunden Ernährung. Grünländer wird aus Milch hergestellt, die ausschließlich von Bauernhöfen aus der Region der Molkerei stammt. Kurze Transportwege sind so garantiert. Alle Sorten sind ohne Gentechnik hergestellt und enthalten keine künstlichen Zusätze.

www.gruenlaender.de

Apfel-Speck-Flammkuchen mit Käsewürfeln

Zutaten (für 4 Personen): 120 g Grünländer Mild & Nussig, 250 g Crème fraîche, 1 EL Honig, 1 TL Olivenöl, Salz, weißer Pfeffer, 1 küchenfertiger, gekühlter Flammkuchenteig à 260 g, 2 geschälte, entkernte, grob gewürfelte Äpfel, 100 g gewürfelter Speck



Zubereitung: Crème fraîche, Honig und Olivenöl in einer Schüssel zu einer glatten Masse verrühren. Mit Salz und weißem Pfeffer würzen. Flammkuchenteig ausrollen und mit der Masse bestreichen. Äpfel und Speck in einer Pfanne bei mittlerer Hitze ca. 7 Minuten kross anbraten. Je nach Geschmack mit Pfeffer und Honig abschmecken. Apfel-Speck-Mischung auf dem Flammkuchen verteilen und im Backofen (Umluft: 175°C) etwa 12 Min. backen. Grünländer Mild & Nussig in kleine Würfel schneiden, auf den heißen Flammkuchen geben und sofort servieren.

Tipp: Frischer, mariniertes Rucola gibt dem Flammkuchen eine mediterrane Note.



Dairygold Sauce oder Topping?

Für Cheesburger-Fans eignen sich auch verschiedene Produkte der irischen Milchgenossenschaft Dairygold. Kreative Zutaten können etwa die Käsesaucen in den Geschmacksrichtungen Classic und Jalapeño, der Cheese-Mix zum Überbacken oder die Hartkäsesorten Traditional oder Country

Cheddar sein. Mediterran wird es mit dem von italienischem Hartkäse inspirierten Regato. Die Saucen passen auch zu anderen Beilagen. „An bis zu 300 Tagen im Jahr grasen die Kühe an der frischen Meeresluft. Dadurch sind unsere Käseprodukte besonders reich an essentiellen Omega-3- und Omega-6-Fettsäuren sowie Linolsäuren“, so Elisabeth Kilian, Leitung Marketing bei Dairygold Deutschland. www.dairygold.de

Vandersterre Klassiker mit Kürbis

Mit den saisonalen Sorten Herbst-Gouda und Kürbiskern seiner Marke Landana läutet Vandersterre auch beim Käseangebot den Wechsel zur kühleren Jahreszeit ein. Der milde Gouda wird aus der Milch der letzten Weideperiode des Jahres hergestellt, ist sechs Wochen natürlich gereift und passt pur oder als Belag gut zu Wein oder Bier. Auffällig orange ist die zweite Sorte, die mit mildem Knoblauch und einem Hauch Ingwer aromatisch und fein schmeckt. Dieser Käse reift sechs bis acht Wochen natürlich auf Holz, Kürbiskerne geben ihm das gewisse Extra. Pur oder als Brotbelag schmeckt er exzellent. Dazu passt etwa ein feinherber Chardonnay. www.landanaqaese.de



Alpenhain Käsepatty

Der Grill Käsegenuss von Alpenhain, zuvor Cheese-Steak genannt, ist eine fleischlose, vegetarische Alternative aus Mozzarella, Frischkäse und Emmentaler mit mild-aromatischem Geschmack. Die Käsemahlzeit passt zu Grillgemüse oder Salat, eignet sich aber auch als fleischloses Burgerpatty. Das Produkt ist bemehlt und vorgegart und entspricht damit der gestiegenen Nachfrage nach unpanierten Lebensmitteln. Zubereiten lässt es sich auf dem Grill, in der Pfanne, im Kombidämpfer oder in der Fritteuse. www.alpenhain.de





„App“ to date sein

Um die Kommunikation mit seinen Mitgliedern zu vereinfachen und zeitgemäße Wege einzuschlagen, hat der Fleischerverband Bayern in Kooperation mit der B&L MedienGesellschaft die „Metzger App“ entwickelt. Sie steht zum Download in allen App-Stores zur Verfügung. Die Nutzung ist für Verbandsmitglieder gratis. Nötig ist ein individueller Zugangscode, der einmal beim Verband telefonisch oder per Mail erfragt werden muss. „Wir wollen es den Mitgliedern einfacher machen, an Informationen zu gelangen oder den richtigen Ansprechpartner zu finden. Sie ist einfach, klar und übersichtlich strukturiert. Ich ermuntere alle Kollegen/-innen sich die App herunterzuladen“, betont Landesinnungsmeister Konrad Ammon und dankt der B&L MedienGesellschaft für diese gelebte Partnerschaft. „Die Mitglieder können in der App alle Infodienste, Rundschreiben oder Angebote des Verbandes einsehen bzw. herunterladen. Auch die Fortbildungsangebote der Fleischerschule Augsburg oder Termine für Verbandsveranstaltungen sind auf einen Blick einsehbar. Wir planen bereits Erweiterungen, die wir in den kommenden Monaten umsetzen werden“, ergänzt Lars Bubnick, Geschäftsführer des Fleischerverband Bayern. www.metzgerhandwerk.de



Für piffige Pfannen

Mit würzig-pikanten Pfannengerichten – prominent und kreativ in der Theke platziert – lässt sich der Umsatz steigern. Dafür eignet sich etwa die Marinade MariTop Premium Peppadew® von AVO. Sie verbindet Zutaten wie kalt gepresstes Rapskernöl, Meersalz sowie Kräuter und feine Gewürzkomponenten mit reichhaltig stückigen Anteilen der aromatischen Kirschaprika aus Südafrika. Leicht scharf im Geschmack entfaltet die Peppadew®-Mischung bei der Zubereitung mit Fleisch, Fisch oder vegetarischen Komponenten nach kurzer Garzeit in der Pfanne, Heißluftfritteuse oder im Kombidämpfer ihre typische Note. Neu im Sortiment sind zudem MariTop Zwiebelrahm Style, die es als Trio mit MariTop Balkan Style und MariTop Waldpilz Style zeitlich begrenzt gibt. www.avo.de

Unterflur-Kühlmaschine

Unterhalb der Ladefläche des Cooljet C106EA von Kerstner befindet sich die neuartige elektrische Kühlmaschine (50 kg, 67x44x25 cm; L/B/H) für leichte Transporter. So bleiben die Fahrzeugsilhouette und der Luftwiderstand des Basisfahrzeugs unverändert, was den Kraftstoffverbrauch senkt. Die Unterflureinheit enthält Kompressor, Kondensator mit Microchannel Technologie sowie die zuvor in der Dachisolierung untergebrachte Einheit aus Verdampfer und Lüfter. Die Anlage versorgt die Lichtmaschine des Fahrzeugs mit Strom. Sie arbeitet emissionsfrei und eignet sich auch für den Einsatz in Elektro-Transportern. Durch eine Delay-Funktion laufen die elektrischen Komponenten der Kühlanlage nach dem Motorstart verzögert an, was die Batterie schonet. Die maximale Kälteleistung beträgt 1.398 W, der Luftvolumenstrom 478 m³/Std. bei Ladungstemperaturen von 20 bis 0°C. Kerstner ist Partner von Mercedes-Benz sowie VW Nutzfahrzeuge. www.kerstner.de



Tageseinnahmen sichern

Eine praktische Lösung für Lieferfahrzeuge oder den mobilen Verkauf führt Hartmann Tresore im Sortiment: Einwurftresore, die in den Fußraum des Fahrzeugs integriert werden. Sie bieten sich an, wenn Tageseinnahmen unterschiedlicher Orte während einer Tour eingesammelt werden. „Wir haben nicht nur einmal gehört, dass die Seitenscheibe eines Führerhauses eingeschlagen und die Tageseinnahmen verschwunden waren, als der Fahrer von der Auslieferung der Ware zurückkam“, sagt Dirk Schmitz aus der Niederlassung in Düsseldorf. Auch Geldtaschen oder Umschläge lassen sich darin rückhol sicher aufbewahren, da nur eine Person zum Öffnen des Tresors befugt ist. Derartige Tresore bieten einen guten Überfallschutz und beugen wirkungsvoll einem Diebstahl vor. www.hartmann-tresore.de

Hygiene an der Theke

Mit der Thekenstation hat Saubermann-Produkte seine Angebotspalette um eine echte Neuheit erweitert. Diese löst platzsparend bei leichter Handhabung drei Probleme. Die Station bietet neben einer integrierten Messerablage einen hygienischen Einzelblatt-Auszug und beinhaltet eine Kunststoff-Schneideplatte, die es in verschiedenen Farben gibt. Ein Einzelaustausch ist jederzeit möglich. So haben Mitarbeiter an der Theke für alle Arbeitsgänge alles übersichtlich griffbereit. Das über 200 Blatt fassende Vorratsfach bietet Blatt für Blatt eine Erleichterung. Die Thekenstation wird auf die Arbeitsplattenbreite des Betriebes abgestimmt geliefert und vermittelt den Kunden, dass man auf ein Hygienebewusstsein großen Wert legt. www.saubermann-kunststoffe.de



Geschwungene Klinge

Mit dem neuen Ausbeinmesser der Serie Red Spirit gibt es einen Spezialisten für die Verarbeitung und Zerlegung von Fleisch. Die schmale Klingenform (15 cm) erlaubt es, das Messer zwischen Knochen und Fleisch einzustechen und leicht vom Knochen zu trennen. Es entfernt auch Haut, widerstandsfähige Sehnen und Fett. Die geschwungene Klinge ist flexibel, sodass sie sich an die Konturen des Knochens anpasst und das Fleisch nicht mehr nachgearbeitet werden muss. Die Klingen aus rostfreiem Stahl werden extrem schlank ausgeschliffen. Zusätzlich



wird die Schneide poliert. Es kann kontrolliert, effektiv mit langem, ziehenden Schnitt gearbeitet werden; ist die Klinge länger, desto unsicherer sind exakte Schnitte. Der runde, asiatisch anmutende Griff liegt perfekt in der Hand und erfüllt ergonomische Anforderungen. www.dick.de

Geneigt kühlen

Zur verkaufsfördernden Präsentation verpackter Fleisch- und Wurstwaren, Getränken, Salaten oder Snacks mit unterschiedlichen Temperaturanforderungen eignet sich neue Kühlmöbel-Serie TopSpot Mio⁺ von Aichinger. Die



halbhohen Kühlmöbel sind nahtlos in den Thekenverlauf der Baureihe Sirius integrierbar. Ihr Design ist auf bekannte Serien abgestimmt, kann aber auch mit individuellen Dekoren ausgestattet werden. Erstmals enthalten ist das modular aufgebaute Präsentationssystem p-boards, das eine dem Kunden zugeneigte Warenansicht ermöglicht. Die p-boards gibt es in 16 verschiedenen Schnitten. Zudem sind waagrechte und um 10° geneigte Auslageböden und Blisterhalter erhältlich. Die Serie gibt es in zwei Boden-Auslagetiefen (620 mm, 730 mm), vier Höhen (1.200 mm, 1.400 mm, 1.600 mm, 1.800 mm) und fünf Modulbreiten (1.000 mm, 1.300 mm, 2.000 mm, 2.600 mm, 3.600 mm). 40 verschiedene Varianten ermöglichen eine nutzungs- und standortspezifische Auswahl. www.aichinger.de

Verpackungsfrei verkaufen

Das gelingt mit dem Bedientablett (430 g) von PricoPlex. Darauf platziert der Kunde mitgebrachte, saubere und verschleißbare Behälter. Das Bedientablett mit der matten Oberfläche ist stapelbar und kann sauber an einer festgelegten Übergabestation an der Theke stehen. Ist der Behälter des Kunden sauber, wird er im Leerzustand mit dem Tablett gewogen, befüllt, erneut gewogen und dem Kunden wieder über die Theke gereicht. Danach verschließt der Kunde den Behälter und beklebt ihn mit dem Preisetikett. Danach ist das Tablett zu säubern. Es misst 460 x 340 x 80 mm, ist temperaturstabil (-20 bis +85°C), bruch-, schlag- und spülmaschinenfest sowie beständig gegen Gewürze und Marinaden. www.pricoplex.com



Mit Trüffeln verfeinert

Noch bis April erhältlich ist das neue Trüffel Schmalz von Bedford. Hier trifft rustikales Griebenschmalz auf feinen Sommertrüffel. Der geschmeidige Brotaufstrich wird aus Gänseschmalz (58 %) und Schweineschmalz mit Grießen (38 %) hergestellt und mit Sommertrüffel *Tuber aestivum* (2,5 %) verfeinert. Für das Gänseschmalz werden die Flomen frisch geschlachteter Gänse selbst ausgelassen, um den vollen Geschmack zu gewährleisten. Die im europäischen Alpengürtel geernteten Sommertrüffel zählen zu den begehrtesten Sorten der Welt. Das Schmalz



eignet sich als Aufstrich oder zum Verfeinern mediterraner Speisen. Es ist in dekorativen Gläsern à 125 g erhältlich, die sich auch in Präsente integrieren lassen. www.bedford.de

Verkaufsfördernde Hülle

Mit dem Additiv-Masterbatch Permeamid[®] CRS hat FL Seidenhüllen eine Lösung für die Herstellung von kalträucherbaren Wursthüllen aus thermoplastischem Kunststoff entwickelt. Damit lassen sich laut Unternehmen Räucherprozesse vereinfachen, Prozesszeiten verkürzen und Energie sparen. So können Pfeffersäckchen geschweißt werden, was technische Vorteile beim Füllen und Verarbeiten bietet. Ein Wässern der Hüllen entfällt und sie können keimarm trocken gefüllt werden, d. h. die Keimbelastung sinkt. Die Hüllen sind dicht verschweißt, sodass keine Fetttropfen, wie bei abgenähten Hüllen möglich, austreten. Unschöne Fetttränenverläufe auf der Wurst sind passé. Die kontrollierte Fleischbräthhaftung erleichtert dem Verbraucher den Verzehr. Für den Wursthersteller sind keine Änderungen des Herstellungsprozesses und der Rezeptur nötig. www.seidenhuelen.de



NEU

fleisch
net.de

Schauen Sie selbst mal rein!
www.fleischnet.de

Branchentermine,
Seminare, Messen
auf einen Klick

Eagle RMI 400: Inspektion für Fortgeschrittene
Die RMI 400 von Eagle inspiziert Geflügelprodukte wie 500g Fleischpackungen und 400g Eier
www.fleischnet.de

Das werbewirksame Geschenk für Ihre Kunden: Der Rezeptkalender 2020



Jetzt zum
AKTIONSPREIS
bestellen!
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	Aktionspreis/Stück bis 30.09.2019	Normalpreis/Stück ab 01.10.2019
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.

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

GESUCHT & GEFUNDEN

Arbeits- und Einwegschutzkleidung, Food- und Berufskleidung



EUROFLEX
... 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 Heilsbronn · Tel. 09872 / 9771-0
info@hele.de • www.hele.de

Autoklaven

NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

AUTOKLAV & KESSEL

KORIMAT

KORIMAT
Metallwarenfabrik GmbH
Telefon 02772/576413-0
www.korimat.de

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

VOSSCHOTT

175 years of
... EXPERIENCE IN
FOOD TECHNOLOGY

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.

boyer/ backservice

www.boyersbackservice.de

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

Schaumermal

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 WETTER

WÖLFE · KUTTER
MISCHER

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

Projektpatenschaft
Wasser und Gesundheit

100 % nachhaltig.
Jetzt Pate werden und langfristig helfen.

Ihr Kontakt zu uns:
www.DRK.de/Paten
☎ 030 / 85 404 - 111
Spenderservice@DRK.de



▲ Füllen
▲ Küttern
▲ Wolfen

DUKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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

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
Pökelpräparate
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

STARK



sos-kinderdoerfer.de

2019/1

SOS KINDERDÖRFER WELTWEIT

Hygienetechnik



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

www.walter-geraetebau.de

WALTER Gerätebau GmbH

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

Kühlthekenausstattung



Prico Plex

Systemzubehör für Bedientheken



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

DER WILLE VERSETZT BERGE. BESONDERS DER LETZTE.

EIN TESTAMENT ZUGUNSTEN VON ÄRZTE 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



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



NABU-Stiftung
Nationales Naturerbe



Wir retten Paradiese!

Foto: G. Bussmann

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

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

**RECHTE EINFORDERN?
#SIEKANN**

MIT IHRER HILFE.



„WERDEN SIE PATE!“

Plan International Deutschland e.V.
www.plan.de



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



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 |
Entschwartzungsklingen | Gefriergut-
schneider | Slicermesser | Kreismesser |
Injektornadeln | Schneidwerkzeuge für
Großwölfe | Verpackungsmesser |
Sonderanfertigungen

Pökelinjektoren

günther

Maschinenbau

Günther Maschinenbau GmbH
Bahnhof 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 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



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

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

Rauchwagen



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



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



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

fleisch net.de
Wir liefern IHNEN Inhalte,
die SIE brauchen.

Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!

Theke



NEU
Einzelblatt-Entnahme garantiert!

3in1
Papierspender + Schneideplatte + Messerablage

Profii Theken Station
Tel. (+49) 62 62 - 91 84 44
www.saubermann-kunststoffe.de



Hilf mit deiner Spende:
wwf.de/plastikflut

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

STOPP DIE PLASTIK FLUT

Tumbler



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

Vakuumverpackung



la.va
Vakuumiergeräte und Zubehör
Für Metzger & Fleischer
WWW.LA-VA.COM

Walzensteaker



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



Warenwirtschaft mit System

Im Vertrieb der
SYNER.CON
DIE SYSTEMLOSER

☎ 0441/93925787 · aprocon.de



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
Basak Aktas (Stv.)	-270
Paula Pommer (Stv.)	-110

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 (Leitung)	-200	Concetta Herion	-240
Gernot Wolf (stv. Leitung)	-246	Rosi Höger	-210
Gerhild Burchardt	-205	Sebastian Lindner	-215
Fritz Fischbacher	-230	Rocco Mischock	-220
Paula Pommer	-110		

Herausgeberin: Annemarie Heinrichsdobler -100

Gültige Anzeigenpreislste: 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 dem 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.



MEAT AND GREET

BRANCHEN-EVENT
23./24. OKTOBER 2019

Premiere in Fürstenfeldbruck! Erstmals treffen sich im Herbst 2019 Vertreter aller jungen Initiativen aus dem Fleischerhandwerk, die sich in den vergangenen 3 Jahren entwickelt haben, an einem Ort zum Netzwerken.



Bei Abo:
100 €
Rabatt
auf die Teilnahme-
gebühr

Zum ersten Mal veranstaltet das Fachmagazin **FH** FLEISCHER-HANDWERK in Kooperation mit dem **25 JAHRE MANAGEMENT FORUM SCHWENBERG** am 23./24. Oktober 2019 einen derartigen Event. Dessen Ziel ist es, sich auszutauschen, gemeinsam aktuelle und künftige Herausforderungen ins Auge zu fassen und Lösungen zu diskutieren.

Foto: © salmiska07 - stock.adobe.com

Am Vorzugsabo interessiert? E-Mail an: abo@blmedien.de mit dem Betreff „Meat & Greet“.

Mehr Infos: www.fleischnet.de





DER MOBILE HOCHDRUCKREINIGER

MC 40/100

KRAFTVOLL & ROBUST - IN NEUEM DESIGN



BIBKO® Umwelt- und Reinigungstechnik GmbH | Geschäftsbereich PLATZ®
Steinbeisstraße 1+2 | 71717 Beilstein | Telefon +49 7062 6793-30 | Telefax +49 7062 6793-59 | info@platz.eu | www.platz.eu