

FH

FLEISCHER-HANDWERK

6/2019

www.fleischer-handwerk.de

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

NETZWERK-EVENT

Meat & Greet Nr. 1

KÜHLRAUMBAU

Sicherheit
auf Dauer

FLEISCHER MIT ERFOLG

Karcher – Dein Metzger
Neibsheim



Flanksteak

Dr. Aed
T-Bone
Roebe
Rostbeef
om Falzer
Krausard


Karcher
Dein Metzger

Uns ist nicht alles Wurst!

fleisch
net.de

Klicken Sie rein!
www.fleischnet.de

Mit unserem virtuellen
Fachportal sowie dem
Newsletter rund um Neues
aus der Fleisch- und
Lebensmittelwirtschaft sowie
dem Fleischerhandwerk bleiben
Sie immer up to date!



MEAT & GREET NR. 1



Marco Theimer
Chefredakteur

Am Anfang steht immer eine Idee. Egal ob Butcher Wolfpack, Fleischerhandwerk – wir sind anders, Jäger & Sammler oder bayerische Weißwurstkönigin. Vor gut einem Jahr wurde die Idee zu diesem Netzwerktreffen konkreter und wir fanden mit dem Management Forum Starnberg einen erfahrenen und kompetenten Partner. Das Ziel war es, möglichst viele junge Initiativen der vergangenen etwa drei Jahre, die dem Metzgerhandwerk durch ihr Engagement – oft aus purem Idealismus heraus – neue starke Impulse gegeben und die Berufe des Fleischerhandwerks durch öffentlichkeitswirksame Aktionen positiv beeinflusst haben, an einem neutralen Ort zusammenzubringen. Das ist am 23. und 24. Oktober in Fürstenfeldbruck gelungen. Rund 70 Teilnehmer und Referenten aus ganz Deutschland nutzten die Tage zum Austausch, um Neues kennenzulernen sowie zum Netzwerken für ein zukunftsfähiges, unverwechselbares Fleischerhandwerk.

An dieser Stelle bedanke ich mich herzlich bei allen, die dieses in dieser Form bisher einmalige Treffen zu einem Ereignis gemacht haben – Fortsetzung folgt. Näheres dazu ab Seite 12.

Der schottische Schriftsteller Robert Louis Stevenson sagte: „Beurteile einen Tag nicht danach, welche Ernte du am Abend eingefahren hast, sondern welche Saat du gesät hast.“ Viele der Netzwerker bei diesem Treffen haben und werden mit ihrem bisherigen und künftigen Handeln dazu beitragen, dass regionale Wertschöpfung, ehrlich erzeugte Lebensmittel und echtes Handwerk wieder den Stellenwert erfahren, den alles das zusammen verdient. Nur gemeinsam wird es gelingen Herausforderungen wie Nachwuchs- und Fachkräftemangel, Digitalisierung und andere noch unbekannte Nebenerscheinungen des gesamtgesellschaftlichen und globalen Wandels zu meistern. Unser

Handwerk ist längst anders als viele denken. Das gilt es auch weiterhin stark, authentisch, selbstbewusst und mit Herz und Verstand der Öffentlichkeit zu vermitteln. Möge das Netzwerk im Fleischerhandwerk weiter wachsen!

Eines möchte ich nochmals betonen: Viele haben dazu beigetragen, dass junge Menschen in unserer Branche selbstbewusster denn je auftreten und ihre Leidenschaft für ihren Beruf anderen positiver vermitteln als je zuvor. Exemplarisch sei die Aktion #stolz-auf-meinen-beruf der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks im Juni 2019 erwähnt. Einige Wochen lang war in den Sozialen Medien eine starke Community aus ganz Deutschland zu spüren, die es so in dieser Form zuvor noch nie gab. Schließen möchte ich mit einem Zitat von Aurelius Augustinus: „In Dir muss brennen, was Du in anderen entzünden willst.“

Foto: Schinhardt

ICH WÜNSCHE IHNEN EIN ERFOLGREICHES GESCHÄFT ZUM JAHRESENDE UND DAS BESTE FÜR DAS JAHR 2020!

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 16/19

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



24

BRANCHENBLICK

Editorial: Meat & Greet Nr. 1 3
 Branchenblick..... 5
 US-Butcher im TV-Wettkampf 8
 Weißwurstkönigin Franzi I..... 10
 Seminar in Salzburg..... 16
 Homann Snack Star 2019.....22

NETZWERK-EVENT

Meat & Greet Nr. 1..... 12

INTERVIEW

Christian Wörmann, Wörmann..... 19
 Sandra Stöckle, Edna International...34

BLÄTTER ZUR BERUFSKUNDE

Wild: Von Natur aus bio..... 17

BUTCHER WOLFPACK

Drei-Länder-Kampf20

FLEISCHER-VERBANDSTAG

Zukunft fest im Blick24

FOOD

Kreative Desserts26

KÜCHENTECHNIK

Kombidämpfer reinigen36

KÜHLRAUMBAU

Sicherheit auf Dauer40

NACHFOLGE

Das Kreuz mit der Nachfolge 42

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt46
 Gesucht & gefunden.....48
 Impressum.....50



26

32



12



20

FLEISCHER MIT ERFOLG

Bretten-Neibsheim:
 Unverwechselbar sein
Simon & Nehle Karcher ...28

Stuttgart:
 Schlagkräftige Schwaben
Familie Schlag30

Lübeck:
 Weniger kann mehr
Familie Lohff32

Titelbild: Geschmacksfuhrwerk, Dry-age-Reifekammer, „Salt Ager“ oder „Hall of Fame“: Simon und Nehle Karcher aus dem badischen Neibsheim brennen für ihr Handwerk. Foto: Theimer

Dieser Ausgabe liegen Beilagen von Edna International (Zusmarshausen), PricoPlex (Bergkirchen), Syner.Con (Rastede), B&L MedienGesellschaft (Hilden) sowie das Verlagssupplement „Who's Who“ bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

GO GREEN Der Umwelt zuliebe auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Der Versand dieses Heftes erfolgt CO₂-neutral mit dem Umweltschutzprogramm GoGreen der Deutschen Post.

Fotos: Theimer, Fleischerei Lohff, © Jerome Romme - stock.adobe.com



Bioland

Bio-Metzger ausgezeichnet

Zur sechsten Qualitätsprüfung reichten zehn Bioland-Metzger aus ganz Deutschland ihre Produkte zur Bewertung ein. Die Jury, bestehend aus drei Sachverständigen der Kulmbacher Fleischermeisterschule sowie dessen Leiter Hermann Jakob, überprüfte 46 unter Bioland-Standards hergestellte Produkte auf Aussehen, Farbe, Konsistenz, Geruch, Individualität und Geschmack. Und so gab es 24 x Gold (100 Pkt.), 11 x Silber (99,8 bis 92 Pkt.) und 5 x Bronze (bis 82 Pkt.). An der Prüfung teilnehmen können Bioland-Betriebe, die Rind-, Schweine-, Lamm- oder Geflügelfleisch verarbeiten und Wurstprodukte aus eigener Herstellung anbieten. www.bioland.de

Tre Torri Verlag

Butcher's Revolution

Erstmals widmet der Tre Torri Verlag einem einzigen Metzgermeister ein Buch. Der Wormser Jürgen David berichtet darin, wie aus seinem Beruf eine Berufung wurde und was jeder über Herkunft, Vor- und



Zubereitung von Fleisch wissen sollte. Über Jahre hinweg „revolutionierte“ der Ausnahmemetzger den elterlichen Betrieb. Seine visionären Gedanken basieren auf der Erfahrung aus fünf Generationen. Das Buch gewährt tiefe Einblicke. Jedes Kapitel endet mit einer thematisch passenden Rezeptstrecke. J. David: Butcher's Revolution – Vom Handwerker zum Impulsgeber. Wiesbaden: Tre Torri, 256 Seiten, 39,90 €.



Fleischer-Innung Main-Spessart

Herbstmarkt in Karlstadt am Main

Der Obermeister der Fleischer-Innung Markus Dallmann und sein Team verwöhnten die Besucher dort mit Leckereien aus den Fleischerfachgeschäften des Landkreises. Es gab etwa einen feurigen Schaschlikopf, kesselfrische Weißwürste sowie Innovatives wie den Spessart-Burger oder die Gin-Bratwurst. Blickfang war erneut die große Feuerplatte. Darauf wurde das Rindfleisch angebraten und Bacon in kurzer Zeit knusprig und rösch. Fachmännisch schichteten zwei Helfer die verzehrfertigen Zutaten zu den Burgern zusammen.

Deutscher Fleischer-Verband

Betriebskosten vergleichen

Für die Erhebungen des Jahresbetriebskostenvergleichs erhält der Deutsche Fleischer-Verband die Unterstützung von Fleischereien, Steuerbüros und Buchungsstellen im gesamten Bundesgebiet. Der Vergleich dient Unternehmen zur betriebswirtschaftlichen Selbsteinschätzung und ist zugleich die Basis für die Beurteilung der Gesamtbranche. 2019 werden zusätzlich Verkaufspreise von Fleisch und Fleischerzeugnissen erhoben. Das auf der DFV-Webseite verlinkte Formular muss bis 15. Januar 2020 ausgefüllt zurückgesandt werden. Weitere Infos gibt Hans Christian Blumenau, Tel. (069) 63302-144. www.fleischerhandwerk.de



Münchener Verein

Mehr Geld im Alter

Die betriebliche Altersversorgung (bAV) sichert eine wichtige Zusatzrente im Alter. Sie schließt im Rentenalter nicht nur die finanzielle Lücke der gesetzlichen Rente, sondern bietet viele weitere Vorteile. Neben Einsparungen bei Steuer- und Sozialversicherungsbeiträgen bei einer bAV in Form der Entgeltumwandlung beteiligt sich der Arbeitgeber oft finanziell daran – zusätzlich zum Gehalt. Der Münchener Verein als Partner des bayerischen Fleischerhandwerks bietet mit der FleischerRente Bayern vielfältige Möglichkeiten für eine bAV. Auf der Basis einer fundierten Beratung erstellt ein bAV-Experte ein individuelles Angebot und betreut den Arbeitnehmer bis zur Auszahlung der Rente. www.muenchener-verein.de

MARKENSCHAUFENSTER



STILLER
VERSCHLISS-TECHNIK

Telefon 07268 392

DV 800 **NEU**

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

WWW.STILLERGMBH.DE

KRAMER

KÜHLRAUMB
LADENBAU

WWW.KRAMER-FREIBURG.COM

EST. 2014

DRY AGER

BUILT FOR BEEF



DAS ORIGINAL

DER FLEISCHREIFESCHRANK
FÜR METZGER & FLEISCHER

WWW.DRY-AGER.COM



1. Bayerische Fleischerschule, Landshut

Wurstkultur im Blut

Zwölf neue Wurstsommeliers/-sommeliären erhielten in ihrer Weiterbildung in Sachen Wurst neue Einblicke – von Sensorik bis Produktion. Das Kursangebot fand zum zweiten Mal statt und lockte Teilnehmer/-innen aus Deutschland, Österreich und Italien an. Alle wiesen Vorbildungen etwa zum Metzgermeister oder zur Verkaufsleiterin auf. Sie bildeten sich in Vorträgen, Exkursionen, Workshops und Praxistagen zu kundenorientierten Experten in der Kunst des Wurstmachens weiter. Highlights waren die Verkostungen und Exkursionen – etwa in die „World of Spices“ beim Gewürzhersteller Zaltech in Moosdorf/A oder zu Küchenchef André Greul ins Hotel-Restaurant Fürstenhof in Landshut. Die Basis, um Wurstqualität beurteilen zu können, wurde in einer umfassenden Sensorik-Schulung gelegt, etwa mit einem Workshop zur Gewürzerkennung, -komposition und -addition. Kurse über traditionelle Fleischwarenherstellung gehörten ebenso zum Lernspektrum wie gesundheitsbewusste Trends im Konsumverhalten. 2020 folgt eine Neuauflage des Kurses. www.fleischerschule-landshut.de

Leipziger Messe

Genusshandwerker in Leipzig

Mit einem Rekord von rund 10.200 Besuchern endete die Messe „Iss Gut!“ in Leipzig.

Mit einem spannenden Wettbewerbsprogramm wartete der Sächsische Fleischer-Innungs-Verband SFIV auf. Gestandene Fleischermeister stellten dabei ebenso ihr Können unter Beweis wie Auszubildende. Zum 29. Qualitätswurstwettbewerb gingen 138 Proben aus 16 Fleischereien in Sachsen und Brandenburg ein. „Auffallend waren die zahlreichen Innovationen, wie eine 3-in-1-Wurst oder eine Leberwurst mit Spree-waldgurken“, lobte Landesinnungsmeister Thomas Keller. Hohe Qualität prägte auch den 23. Pokalwettbewerb um die „Besten Knacker, Ur-Knacker und Wild-Knacker“. Kürbis-Chili,



Bison, Steinpilze, Käse-Spinat, Fenchelsamen: Die Rezepturen für den 2. Mitteldeutschen Bratwurstcup überraschten. Neun mitteldeutsche Fleischereien bewarben sich mit 14 verschiedenen Kreationen um den Pokal. Es siegte Mathias Balk (Fleischerei und Partyservice, Rangsdorf) mit seiner Kürbis-Chili-Bratwurst. Auch einige Mitglieder des Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks sowie Teamchefin und DFV-Vizepräsidentin Nora Seitz warben auf der Messe für mehr Branchennachwuchs. Die nächste „Iss Gut!“ findet vom 7. bis 9. November 2021 statt. www.iss-gut-leipzig.de

Hagesüd Interspace

Freiwilliges Engagement

Mitarbeiter der Hagesüd Gewürzwerke nahmen in der Kalenderwoche 44 erstmals an der Global Volunteers Day-Aktion des ICL-Mutterkonzerns teil. Diese fand weltweit an verschiedenen Standorten des Unternehmens statt.

Dabei pflanzten die Mitarbeiter in sechs Kindergärten und an der Grundschule Hemmingen. Besonders bei den Kräutern war es dem Unternehmen als „Gewürzfirma“ wichtig, den Kindern die unterschiedlichen Arten von Kräutern und deren Anwendung näherzubringen. Weitere Aktionen waren die Registrierung von Knochenmarkspendern für die Kartei der DKMS sowie das Waschen von Einsatzwagen der Freiwilligen Feuerwehr. www.hagesued.de



Aerodynamik-Kühlfahrzeuge direkt vom Hersteller



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

06226 9263-0 www.kress.eu



Wörmann

Jubiläum & Abverkauf

Anlässlich des 55. Firmenbestehens fand vom 18. bis 20. Oktober 2019 im Vertriebszentrum des Anhängerspezialisten Wörmann in Hebertshausen bei Dachau ein Jubiläumsverkauf statt. Rund 1.000 Kunden und Besucher informierten sich über Wunschanhänger, ließen sich über Leasing- und Finanzierungsmöglichkeiten beraten oder warfen einen Blick hinter die Kulissen. Mit kulinarischen Köstlichkeiten und den beliebten Kuchen der Dachauer Landfrauen wurden die Besucher verwöhnt. Livemusik und viele Attraktionen für Groß und Klein rundeten das Unterhaltungsprogramm ab.

Um Platz für neue Kollektionen zu schaffen, werden nun im Rahmen des Inventurabverkaufs Lagerbestände geräumt und es gibt Lager-, Vorführ- und Gebrauchtanhänger aller Fahrzeugarten zu besonderen Preisen – nur solange der Vorrat reicht. Bei der „Alt gegen Neu-Aktion“ werden aktuelle Anhänger von Kunden auf reduzierte Sonderpreise angerechnet. Bewertet wird der Gebrauchtanhänger zu 100 % nach der Wörmann-Anhänger-Taxierungssoftware.
www.woermann.eu



Raps

Rezepte via App

Die für Kunden kostenlose App „myRAzept“ von Raps enthält hunderte Rezepte aus den Kategorien Fleischerzeugnisse, Fleischzubereitung und Küche sowie automatische Deklarationsvorschläge und Nährwertberechnungen. Es gibt sie als Desktop-Version für den Computer und mobil (Apple Store, Google Play). Die Zutaten lassen sich automatisch berechnen – bezogen auf die Gesamtmenge oder die Menge einer bestimmten Zutat – und werden als Liste oder unterteilt nach Grundmaterial, Einlagematerial und Zugabe dargestellt. Die automatische Berechnung der Mengenangaben und Fleischanteile bei den QUID-Kennzeichnungen spart Zeit. Alle Listen und Rezepte können individualisiert im PDF-Format exportiert und via App direkt abgerufen werden. Integriert ist zudem eine Shop-Funktion, mit der sich Artikel direkt bestellen lassen. Getestet hat die App auch der Augsburger Metzgermeister Maximilian Settele. www.raps.de



Adalbert-Raps-Stiftung

Gewürz-Sommelier

Interessenten an der Qualifizierung zum Gewürz-Sommelier können eines von drei Stipendien in Höhe von je 2.500 € gewinnen. Alle anfallenden Kursgebühren sowie die Übernachtungskosten sind damit abgedeckt. Bewerbungsschluss ist der 8. Dezember 2019. Die

15-tägige Qualifizierung ab Februar 2020 ist in fünf Blöcke unterteilt und erstreckt sich über fünf Monate. Die Teilnehmer lernen Gewürzsorten und -mischungen zu unterscheiden, praktisch einzusetzen und zu kombinieren. Auch die Bereiche Sensorik, Kommunikation, Food Pairing, Gesundheitswirkung und Qualitätssicherung werden behandelt. Mit Bestehen der mündlichen und schriftlichen Abschlussprüfung erhalten erfolgreiche Teilnehmer das Zertifikat „Gewürz-Sommelier“. Bewerben können sich Berufstätige mit abgeschlossener Ausbildung und entsprechender Tätigkeit aus Handwerk, Industrie, Handel und Gastronomie: Lebenslauf und kurzes Motivationsschreiben per Mail an Christiane Bamberger, info@raps-stiftung.de.
www.genessakademie.bayern.de, www.raps-stiftung.de

Fotos: Wörmann, Shutterstock/Raps, Adalbert-Raps-Stiftung, Boyens Backservice



Boyens Backservice

Neu im Vertrieb

Mit dem Bäckermeister Christian Püngel baut Boyens Backservice die Vertriebskompetenz aus. Er verstärkt von Berlin aus das Vertriebsgebiet der neuen Bundesländer, gemeinsam mit dem langjährigen Vertriebsleiter Fredo Buße, der Ende 2020 in den Ruhestand geht. Zuvor war Christian Püngel viele Jahre in einer Bio-Bäckerei tätig und verantwortete in den vergangenen sieben Jahren als Team-Manager die Produktion eines der größten deutschen Tiefkühlbackwarenhersteller. „Christian Püngel wird mit fundiertem Fachwissen und Know-how ein echter Gewinn als Kundenberater und Prozessoptimierer für unsere Kunden sein und uns entscheidend für die weitere Zukunft verstärken“, sagt Vertriebsdirektor Michael Jankowski. www.boyensbackservice.de

Sie wünschen - wir liefern

Kühlausbau in allen Varianten



Coolingvans GmbH & Co. KG

Max-Planck-Str. 26 · 70806 Kornwestheim

Tel. 07154 808 58 - 0 · www.coolingvans.de



IHR KÜHLFAHRZEUG.

Ab dem 5. Dezember 2019 zollt der Pay-TV-Sender History mit der Contest-Show „The Butcher – Wettkampf der Fleischer“ dem Fleischerberuf und seiner Geschichte Tribut.



US-BUTCHER IM TV-WETTKAMPF

Die sechs je 45-minütigen Episoden starten um 21.45 Uhr in deutscher Erstaussstrahlung (USA: 22. Mai 2019) und heißen „Fleischeslust“, „Zerfleischt“, „Vom Fleisch gefallen“, „Durch den Wolf gedreht“, „Ab in die Wurst“ und „Alles hat ein Ende...“.

In jeder Folge messen vier der besten Fleischer Amerikas ihre Fähigkeiten. Wer drei Ausscheidungsrunden übersteht, gewinnt ein Preisgeld von 10.000 US-Dollar. Die Wettbewerber müs-

sen ein komplettes Tier in eine größtmögliche Anzahl an verkaufsfertigen Fleischstücken zerlegen. Wer am Ende die meisten vorweist, zieht in die nächste Runde ein. Wer unsauber arbeitet, dessen Stücke fallen aus der Wertung. In Runde 2 müssen die im Wettbewerb verbliebenen Fleischer ihr Können beim Schätzen beweisen, indem sie verschiedene Fleischteile auf das Gramm genau portionieren. In der dritten Runde zerlegen sie eher außer-

gewöhnliche Tiere wie Pythons, Nutrias, Strauße, Leguane oder Alligatoren.

Bewertet wird die Arbeit von den Juroren Michael Sullivan, Roxanne Spruance und Dave Budworth, die als Fleischer-Ausbilder, Profi-Köchin und Metzger mit über 30 Jahren Erfahrung kleinste handwerkliche Mängel ausmachen können. Moderator ist der Schauspieler Colby Donaldson. Weitere Informationen gibt es hier: www.history.de.

Fleischer-Innung Köln

„FlöNZ-Pokal“ mit Hindernissen

Der „Tag des Handwerks“ war in den vergangenen Jahren Schauplatz der öffentlichen Prüfung der Proben im Wettbewerb um die Pokale für die beste Blutwurst. So sollte es auch 2019 sein...



Am Kölner Heumarkt klaffte diesmal aber eine Lücke, wo sonst die Innung in Sachen Öffentlichkeitsarbeit ihre Besucher empfing. Der Grund: Der fertig beladene Lkw rührte sich am Morgen zur vorgesehenen Zeit für den Aufbau nicht von der Stelle. „Der Anlasser streikte. Ein Ersatzfahrzeug ließ sich nicht mehr organisieren“, erklärte Geschäftsführer Artur Tybussek. Die Beteiligung war nach seinen Angaben höher als im Vorjahr, vor allem die Resonanz um den FlöNZ-Pokal, für den sich ausschließlich Betriebe aus dem nahen Umfeld der Domstadt beteiligen können, war ausgezeichnet. Und so blieben die Juroren Hans-Dieter Lang, Adolf Fuchs, Erika Nuss und Fleischer-Azubi Steffen Albiez sowie Artur Tybussek mit den über 100 Proben in den Wänden der ehemaligen Genossenschaft und probierten eine Rotwurst nach der anderen, bis das Ergebnis feststand. Über die vier ausgelobten Pokale freuten sich zwei Metzgereien. So geht in diesem Jahr im Rahmen eines Empfangs in der Handwerkskammer der FlöNZ-Pokal für die regionale Blutwurst an Johannes Gruner (Köln-Longerich). Er errang auch den Pokal für die Rotwurst mittlerer Qualität. Ebenfalls doppelt erfolgreich war die Fleischerei Esser (Erkelenz), die sich über die Herstellung der besten geprüften Blutwurst in einfacher Qualität sowie in der Kategorie „Spitzenqualität“ für die Filet-Rotwurst freute. R. Heck www.fleischer-koeln.de

SPAREN SIE STROM!

Auch für Betriebe im Fleischerhandwerk ist Energie ein großer Kostenfaktor. Einsparpotenzial? Fehlanzeige! Steigende Strompreise – auch aufgrund steigender staatlicher Ausgaben – erschweren die Situation zusätzlich.

Eine Möglichkeit, die Kosten zu reduzieren, ist der günstigere Einkauf von Energie. Verhandlungen von einzelnen Betrieben mit den Energieversorgern sind allerdings fast aussichtslos, da es bei fast allen Energielieferanten feste Preise und Konditionen gibt, die primär von der Branche, der Region und den Abnahmemengen bestimmt werden. An Branche und Region ist im individuellen Fall nicht zu rütteln, die Abnahmemenge kann der einzelne Betrieb auch nicht unbegrenzt beeinflussen. Eine bündelnde Organisation könnte Letzteres aber bewerkstelligen.

Die B&L MedienGesellschaft hat sich deshalb um eine Kooperation mit einem Energieversorger bemüht. Ziel ist es, den Abonnenten von „FH Fleischer-Handwerk“ sowie anderer Fachmedien der Verlagsgruppe einen exklusiven Preisvorteil für Strom und Gas zu verschaffen. Möglich macht das eine Kooperation mit der Johannes Schuetze AG aus Hamburg: Die große Abnahmemenge, die B&L Medien über den Verlag bündeln kann, sorgt dafür, dass die einzelnen Betriebe günstigere Energiepreise als bisher angeboten bekommen. Die ausgehandelten Konditionen werden jedem Teilnehmer über die Johannes Schuetze AG von einem seriösen Energieversorger für eine Zeit von vier Jahren garantiert. Ob es sich im Einzelfall finanziell lohnt, kann nicht garantiert werden, eine kostenlose individuelle und aktuelle Prüfung jedoch schon. Dazu braucht die Johannes Schuetze AG lediglich die letzte Strom- und Gasabrechnung des interessierten Betriebs und ein aktuelles Angebot des aktuellen Versorgers bzw. eine Vollmacht, um dieses einzuholen.

Weitere Infos erhalten Sie durch die
Johannes Schuetze AG,

Tel.: (040) 8000443000; info@JohannesSchuetze.com
oder durch

Friedrich Streng von der InTime Media Services GmbH,
friedrich.streng@intime-media-services.de.



Leberkaskönigin Veronika Kirschner

Metzger-Innung Straubing-Deggendorf

1. Leberkas-Königin

Die 1. Niederbayerische Leberkas-Königin heißt Veronika Kirschner. Die 19-Jährige aus Obergessenbach wurde auf dem traditionellen Müllerschen Hoffest in Aholming gewählt.

Das Fest auf dem Hof zwischen Plattling und Osterhofen bot einen idealen Rahmen für die erstmalige Wahl. Festzelt und Halle waren am Nachmittag mit rund 2.000 Besuchern voll belegt, als sich die Kandidatinnen präsentierten. Kabarettist Woife Berger machte die Wahl mit seiner Moderation zur Showveranstaltung. Die Siegerin aus dem Landkreis Deggendorf repräsentiert ein Jahr lang das niederbayerische Metzgerhandwerk und besonders die Metzger-Innung Straubing-Deggendorf. Letztere stiftete für das adlige Leberkas-Triumvirat Preisgelder in Höhe von 500, 300 und 200 €. Der zweite Platz und der Titel der Leberkas-Prinzessin ging an Katharina Werntaler aus dem Umland von Landshut. Auf den dritten Platz wählte die prominent besetzte Jury Romina Beranek aus Eggenfelden, die nun Leberkas-Gräfin ist. Die Idee für diese Wahl stammt von der Metzgermeisterin und stv. Obermeisterin der Metzger-Innung Straubing-Deggendorf, Beate Müller (Metzgerei Bichmeier, Aholming), deren Tochter Monika 2015 als Zweite nur knapp bei der Wahl zur Bayerischen Weißwurstkönigin in Bodenmais unterlag und als „Königin der Herzen“ viele Sympathiepunkte sammelte. „Wir wollen damit Werbung für das Metzgerhandwerk und vor allem dessen Standardprodukt Leberkas machen und aufzeigen, dass dieser nicht nur gesund, sondern in Niederbayern täglich gegessen wird“, sagt die Ideeengeberin. Zu den Gästen zählten u. a. der Bundestagsabgeordnete Alois Rainer, Staatsminister Bernd Sibler und Obermeister Thomas Krinner. www.khs-donauwald.de

WORMANN
made in Germany

Inventurabverkauf 2019
Nur solange der Vorrat reicht!

%

Wir räumen unser Lager für das Frühjahr 2020!
Viele Modelle zu Top-Preisen!

Transportieren. %

• Hackklappe schwenk- und klappbar

Kühlen. %

• mit Rohrbahn und Dachverstärkung

Verkaufen. %

• Exklusiv-Kühltheke
• geschwungenes Wurstgehänge

WÖRMANN GmbH • Torstraße 29 • 85241 Hebertshausen • 08131 / 29 27 80 • www.woermann.eu



FRANZI I.

Aus dem Meisterkurs auf den Weißwurstthron. Zum dritten Mal in Folge geht das Weißwurst-Zepter nach Oberbayern. Franziska Schalk ist die 7. Bayerische Weißwurstkönigin.

Die 23-Jährige Metzgerin siegte in Bodenmais vor der Metzgermeisterin Melanie Popp (26) aus Veitsbronn in Franken, die schon zum zweiten Mal im Finale stand und nun Weißwurstprinzessin ist. Franziska Schalk folgt ihren Vorgängerinnen Nadja Lotter (2013), Stefanie Forster (2014), Christin Herrmann (2015), Luisa Schömig (2016), Ramona Nadler (2017) und Lena Heimann (2018) als Franziska I. im Amt. Derzeit absolviert die neue Weißwurstkönigin ihren Meisterkurs an der Fleischer- schule Augsburg. Ihre Familie stammt aus der Schinkenmanufaktur Landler in Peißenberg. Franziska erlernte ihren Beruf in der Fleischerei Fratzscher in Schleusingen in Thüringen. Dort arbeitet auch die aktuelle Thüringer Wurstkönigin 2019/2020 Jennifer Risch, die ihr direkt via Whatsapp gratulierte. Die Siegerin gewann 2.500 € Preisgeld, ein Designer-Dirndl (Astrid

Die Finalistinnen 2019

- Julia König (28, Friseurin, Oberfranken)
- Lena Nagler (19, Bankkauffrau, Oberpfalz)
- Stefanie Pfab (27, Soldatin, Oberpfalz)
- Melanie Popp (26, Metzgermeisterin, Mittelfranken)
- Franziska Johanna Schalk (23, Metzgerin, Oberbayern)
- Manuela Schätz (27, Betriebswirtin für Ernährung, Oberbayern)
- Milena Wutz (20, Studentin, Oberpfalz)



Söll-Dirndl Couture), ein Wellness-Wochenende in Bodenmais für zwei Personen, einen 500-€-Einkaufsgutschein (Joska), ein Profi-Fotoshooting und eine Trachten- tasche (Lady Edelweiss). Sieben junge Damen hatten das Finale im Erlebnisrestaurant des Joska Gasparadieses erreicht, die übrigen fünf teilten sich Platz 3. „38 Bewerberinnen gab es, sogar eine aus Hamburg“, sagte der Bayerische Weißwurstbotschafter und Ideengeber des Wettbewerbs, Albert „Bertl“ Fritz. Vor dem Grande Finale am Abend mit einigen hun- dert Gästen gab es eine Führung im Gasparadies – inkl. selbst per Mund geblasenem Herz aus Glas. Ein Foto-

shooting sowie ein zünftiges Weißwurstessen in der Metzgerei von Mitinitiator und Obermeister der Metzger-Innung ArberLand, Stefan Einsle. Schirmherr der Ver- anstaltung war zum ersten Mal Alois Rainer, seines Zeichens ein- ziger Metzgermeister im Deutschen Bundestag.

AUFGABEN GEMEISTERT

Lautstark angefeuert von ihren Fan- clubs, die in großer Zahl angereist waren, ging das Finale ab 20 Uhr über die Bühne. Alle Finalistinnen meisterten die ihnen gestellten Aufgaben mit viel Leidenschaft, Charme und Spaß. Zuerst mussten alle innerhalb von 30 Sekunden erklären, warum sie den Titel ge- winnen sollten. Danach folgten drei Fachfragen in einem Quiz. Zuletzt hatten sie 15 Minuten Zeit, um ein bayerisches Gstanzl zu formulieren, das die Worte Bayern, zuzeln und Petersilie beinhaltet. Gekonnt und mit Witz wurde es von allen vorge- tragen. Auch der neue Moderator Tobias Krenn trug maßgeblich zum Gelingen des Abends bei.

Danach bewertete die Jury die Auf- gaben auf einer Punkte-Skala und ermittelte die Siegerin. Die Jury: die vorherige Weißwurstkönigin Lena Heimann, Bettina Bonfissuto (Joska), Miss Bayern 2018 Verena Mann, Mister Bayern 2018 Marco Schmidt sowie die Dirdl-Designerin Astrid Söll. Melanie Popp unterstütz- ten sieben Mitglieder des Vereins „Fleischerhandwerk – wir sind an- ders“, dessen Gründungsmitglied sie ist. Nach der Ehrung stellte der Verein seinen Genusskalender 2020 vor – den vierten insgesamt. Ausgestattet mit WeißwurstZep- ter und Diadem, erwartet Franziska I. nun eine ganze Reihe reprä- sentativer Auftritte für das baye- rische Fleischerhandwerk, z. B. bei der Grünen Woche in Berlin oder beim Neujahrsempfang des baye- rischen Ministerpräsidenten. *mth* www.weisswurstkoenigin.de

SCHOCKSTARRE VERMEIDEN



Beim Verbandstag des Fleischerverband Nordrhein-Westfalen in der Metzgerei Schillings in Grevenbroich drehte sich alles um den Nachwuchs.

Die Flinte ins Korn zu werfen, kommt Landesinnungsmeister Adalbert Wolf nicht in den Sinn: „Für neue Impulse ist es nie zu spät“, rief er den Anwesenden zu. Die Erkenntnis, neue Wege zu gehen und mehr als bisher dem Wind des gesellschaftlichen Wandels zu lauschen, stand im Mittelpunkt dieses Verbandstages. Dies kam bereits durch die Wahl des Veranstaltungsortes zum Ausdruck. Die Devise lautete: „Raus aus dem Tagungssaal – rein zum Kollegen!“ Zum besonderen Flair der Party-Location unmittelbar über einem Fleischer-Fachgeschäft passte, dass der Gastgeber persönlich das Mittagessen zubereitet hatte.

Es gehe mehr denn je darum, seine Stärken zu erkennen und in der Praxis auszuspielen, so der Landesinnungsmeister. Das sei insbesondere wichtig, wenn es um die Gewinnung und Begeisterung von Fach- und Nachwuchskräften gehe. Es sei akut an der Zeit, Nachwuchs zu finden, um auf Dauer das von Tradition geprägte Lebenswerk zu erhalten. „Die heutige, ernste Situation ist kein Grund, in Schockstarre zu verfallen und zu resignieren“, ermunterte er die Kollegen. Wer junge Leute begeistern wolle, müsse nicht nur einen angemessenen Lohn bieten, sondern auch ein Betriebsklima, in dem Erfolgserlebnisse an der Tagesordnung sind. Die neuen Vergütungen für Azubis bekamen nicht nur die Zustimmung, die meisten Delegierten sprachen sich sogar – zumindest für das dritte Ausbildungsjahr – für eine Aufrundung

auf 900 € aus. Wohlwollend standen die Kollegen auch Themen wie Job-Ticket oder anderen Motivationsideen gegenüber. Wichtig sei es, das Profil zu schärfen, eigene Kompetenzen zu erweitern und so die Chance, einen Fortbestand des Betriebes zu erreichen, wahrzunehmen. Bürokratische Belastungen und selbsternannte Kontrolleure schränkten die Freude am Beruf aber ein. „Wir sind Wertschöpfer und sollten uns gegen die Wortschöpfer der NGOs zur Wehr setzen“, brachte er den Unmut der Branche auf den Punkt.

Wie sich das Handwerk positiv in der Öffentlichkeit präsentieren kann, wurde diskutiert und live demonstriert. „Es geht nicht nur um schöne bunte Flyer“, sagte der fränkische Branchen-Berater Christian Böhm: „Wir brauchen Mutmacher und Inspiratoren, die Begeisterung für das Berufsfeld vermitteln.“ Wie man jungen Menschen Appetit auf den Beruf machen kann, erläuterten die „Wurstgeschwister“ Nadine, Anja und Daniel Rüweling. Ihre Botschaft: „Findet und nutzt die richtigen Kanäle.“ Eine Anzeige in der Tageszeitung sei kaum mehr eine Option für die Zielgruppe. Appetit auf den Umgang mit Fleisch könne man auch durch Fachwissen machen. Dazu gelte es, sich als Experte für Cuts zu profilieren. Drei Mitglieder der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks – Manuel Kirchoff, Christian und Lara Schneider – gaben dazu, live und auf einer Videowand übertragen, Kostproben ihres Könnens.

R. Heck

www.fleischer-nrw.de



WIR SPÜLEN, WIE SIE ARBEITEN. PASSIONIERT.

Die Winterhalter Gerätespülmaschine.
Sauber. Ergonomisch. Wirtschaftlich.

UF-Serie. Part of your Passion.

www.winterhalter.de/uf-serie



MEAT & GREET NR.1

Rund 70 Teilnehmer folgten der Einladung zur Premiere des Netzwerk-Events „Meat & Greet“ nach Fürstenfeldbruck. Die beiden ereignisreichen Tage zum Austauschen, Voneinander-Lernen und Inspirieren waren ein voller Erfolg – Fortsetzung folgt.

Am 23. und 24. Oktober fand die erste gemeinsame Veranstaltung dieser Art in Kooperation von FH Fleischer-Handwerk und dem Management Forum Starnberg im Forum Fürstenfeld statt. Ob Nachhaltigkeit, Personal, Digitalisierung – das Fleischerhandwerk steht vor großen Herausforderungen in Bezug auf Prozesse, Logistik und Equipment. Viele Faktoren müssen berücksichtigt werden, um die fortlaufende Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit sicherzustellen. Nach der Vorstellung der Südtiroler Moderatorin Verena Pliger und der Begrüßung durch Gundula Schwan, Geschäftsführerin vom Management Forum Starnberg, begründete Chefredakteur Marco Theimer die Motivation der Veranstaltung: „Mein bzw. unser Ziel war es, möglichst viele junge Initiativen, die dem Metzgerhandwerk in den vergangenen drei Jahren durch ihr Engagement neue starke Impulse gegeben und die Berufe des Fleischerhandwerks durch

ihre öffentlichkeitswirksamen Aktionen und Aktivitäten positiv beeinflusst haben, an einem neutralen Ort zusammenzubringen“. Nur gemeinsam werde es gelingen Herausforderungen wie Nachwuchs- und Fachkräftemangel, Digitalisierung und andere noch unbekannte Nebenerscheinungen des gesamtgesellschaftlichen und globalen Wandels zu meistern, betonte er.

NEW FOOD ECONOMY



Den Anfang des Vortragsprogramms machte die Referentin **Olga Graf** und sprach über die Renaissance des Metzgerhandwerks. Sie ist Mitgründerin von Food Kompanions sowie strategische Partnerin bei J2C. Ihr Fokus lag auf der New Food Economy sowie dem schnellen Wandel der Gesellschaft.

„Es ist an der Zeit Neues auszuprobieren, Neues zu schaffen und Altes neu zu entdecken“, appellierte sie. Zudem sei es wichtig, Trends frühzeitig zu entdecken und für sich zu nutzen. „Es gibt ein Bewusstsein für authentische, individualisierte und nachhaltige Esslösungen. Davon können auch Sie profitieren.“ Das moderne Metzgerhandwerk sollte durch einen Kult ums eigene Unternehmen und die eigene Person herum punkten. Spezialisierung, Regionalität 2.0, Nose-to-tail, Storytelling und radikale Transparenz waren die Schlagworte.

PROZESSE OPTIMIEREN



Johannes Bechtel, Juniorchef der Fleischerei Bechtel aus Zella in Hessen sowie Vorsitzender des Juniorenverbandes des Deutschen Fleischerhandwerks, rückte die



Partner



Digitalisierung im Betrieb in den Fokus und stellte umgesetzte Projekte vor. „Es ist ein großer Fehler das Thema nicht ernst zu nehmen“, betonte er. Er berief sich auf eine Unterteilung in die interne und externe Digitalisierung. Intern bedeutet Prozesse zu optimieren, damit mehr Zeit für anderes bleibt. Extern bezieht sich auf den Social-Media-Bereich, z. B. die Generierung von Umsatz via Facebook-Marketing. Aktuell seien in seinem Betrieb rund 50 % des E-Commerce-Umsatzes darauf zurückzuführen. Die Bestände des 2016 angeschafften Verkaufsautomaten überwacht eine spezielle Software rund um die Uhr. Die biometrische Zeiterfassung bringt eine Einsparung von mehreren Stunden Arbeit pro Woche. Zudem präsentierte er eine eigens entwickelte App, in der Kunden Angebote und Menüpläne finden oder Abholbestellungen aufgeben.

STARKER NACHWUCHS

Gemeinsam mit Fleischermeister und Gründungsmitglied **Markus Kretschmann** aus Meißen blickte DFV-Vizepräsidentin **Nora Seitz** auf die Entwicklung und Positionierung der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks zurück und skizzierte neue Projekte. Sie be-



richteten über die Gründungsphase, die Gewinnung und Auswahl neuer Mitglieder sowie viele Auftritte einzelner Mitgliederteams auf Veranstaltungen landauf landab, die Mittel zum Zweck sind. Dies sei heute durch die Herkunft der Teammitglieder aus den verschiedenen Bundesländern und die größere Teamstärke einfacher als zu Beginn. Höhepunkte 2019 waren die Teilnahme am Int. Leistungswettbewerb der Fleischerjugend (IFFA), Teammitglieder in der Jury des Berufsschulwettbewerbes (IFFA) sowie die Aktion *#stolzauf-meinenberuf* auf Instagram und Facebook, an der im Sommer über 400 Metzgereien oder Personen aktiv teilnahmen und die Berufe des Fleischerhandwerks positiv in die Öffentlichkeit rückten. 2020 steht etwa die Teilnahme an der

Europameisterschaft der Berufe „EuroSkills“ in Graz an. Generelles Ziel sei ein guter Mix aus Kommunikation und Wettbewerben.

BIO-FREILAND-FLEISCH ONLINE

Die Gründer von „Jäger & Sammler“, **Florian Stocker** (Metzgermeister) und **Lars Tinapp** (Dipl.-Wirtschaftsingenieur), legen ebenso wie ihre Kunden Wert auf Fleisch aus artgerechter Haltung. 2016 kam es bei einem Urlaub zur Idee und danach zur Gründung des Unternehmens, einer Online-Metzgerei, die solches Bio-Fleisch aus Freilandhaltung grammgenau wie in einer klassischen Metzgerei direkt an Kunden verkauft. Dabei sei die Familienmetzgerei Stocker in Hohenbrunn eine starke Basis. „Qualität kann sich durchsetzen“, resümierten sie. Ihre Marketingstrategie beschreiben sie als reaktiv/proaktiv. Das Verhältnis von männlichen und weiblichen Kunden beträgt 50:50.



GENUSSHANDWERK ZELEBRIEREN

Unter dem Motto „Genusszentrale – Traditions- Metzgerei mit Herz und Hand“ stellten der Straubinger Metzgermeister und Fleischtechniker **Stefan Wenisch** und **Georg Oberloher** (Team Aichinger) ihre über Jahre gelebte Partnerschaft dar. Diese gipfelte in der Eröffnung der Genusszentrale Wenisch 2018. Eine von innen und außen einsehbare Fleischreifung in einer speziellen Dry-Age-Kammer sowie Würstfüll-, Steak- und BBQ-Workshops mit den Kunden machen diese Metzgerei so besonders. Im Fokus steht der Ochse aus der eigenen Haltung im Muggenthaler Hof. „Genuss- hotel“, „Toni’s Restaurant“ und „Genussarena“ auf dem Gäuboden-Volksfest runden den erfolgreichen Familienbetrieb ab.



Am Abend des ersten Tages besuchten die Teilnehmer den Betrieb des stv. bayerischen Landesinnungsmeisters Werner Braun (re.) in Sulzemoos-Wiedenzhausen.



CLEAN MEAT

Kann Fleisch aus dem Labor das Klima retten? Im Vortrag „Clean Meat – same delicious meat – different way“ erklärte **Laura Gertenbach**, Co-Founder & CEO des Start-ups Innocent Meat die Idee ihres Unternehmens und die zu praktizierende In-vitro-Technologie. Vor allem Israel und die USA forschen derzeit an kultiviertem Fleisch, das in Bioreaktoren aus Zellen von Rindern, Hühnern oder Schweinen entsteht. Auch Singapur investiert 100 Mio. US-Dollar in eine Clean-Meat-Infrastruktur. „Unser



Ansatz ist eine Möglichkeit, Fleisch besser herzustellen“, erklärt sie. Derzeit befindet sich das Start-up in der Finanzierungsphase. Die Technologie ist einsatzbereit.

rige Bild zeigt eine Frau, die einen Mett-Igel streichelt. Ein weiteres Beispiel: „Dein Name ist Mett. Christel Mett? Dann bewirb dich als Hack-Fleischverkäuferin“. Bei einem Shitstorm reagieren sie gekonnt mit einem weiteren Bild – inklusive Spruch, versteht sich. Als etwa das Video mit Franck Ribéry mit dem vergoldeten Steak im Internet landete, stellten es die beiden mit einer vergoldeten Weißwurst nach. Das Video wurde auf Facebook mehrere tausende Male geteilt. Der erste Tag endete mit einer Besichtigung der Metzgerei Braun in Wiedenzhausen. Im dazugehörigen „Huberwirt“ des stv. bayerischen Landesinnungsmeisters Werner Braun tauschten sich die Teilnehmer bei einer abendlichen Brotzeit weiter aus.



Stolz, Wertschätzung des Tieres und die Arbeit in familiär-regionalen Betrieben. Unkonventionell, kreativ, vielseitig und bisweilen provokativ mischt der Verein, von dem rund 20 Mitglieder aus mehreren Bundesländern gekommen waren, die Branche auf. Ihr wichtigstes Anliegen: Das Image verbessern und den Branchennachwuchs fördern. Auch die Metzgermeisterin **Melanie Popp** aus Veitsbronn und der Fleischermeister **Simon Claßen** aus Jülich, der über seine „Walz“ in anderen Betrieben berichtete bliesen ins selbe Horn: „Es muss wieder cool sein, in einer Metzgerei zu arbeiten.“

PROVOKANT WERBEN

Michi Kasper, Geschäftsführer Kasper Communications und **Steffen Schütze**, Inhaber der Metzgerei Hack, stellten ihre Marketingstrategie vor und sorgten für etliche Lacher. Auf Facebook mischen sie die Branche auf. Bekannte Werbeanzeigen sind etwa „Berufswunsch: Irgendwas mit Tieren? Komm zu uns und werde Fachverkäuferin“, das dazugehö-

JUNG, WILD, ENGAGIERT

Ein Dreigestirn junger Handwerkskräfte eröffnete den zweiten Tag. **Stefanie Forster**, 1. Vorstand von „Fleischerhandwerk – wir sind anders“ berichtete von ihren Erfahrungen aus der noch jungen Geschichte des Vereins. „Wir hatten ja 2016 keine Ahnung, was wir da los-treten“ – nicht mehr und nicht weniger als einen Verein mit jungen Wilden – heute sind es bundesweit über 100 Mitglieder. Nach dem Motto „Der Ursprung ist unsere Zukunft“ besinnen sich diese auf traditionelle Werte wie

„REGGAE GEHT IMMER“

Eines der Highlights war sicher der Auftritt von **Peter Inhoven**. Der Düsseldorfer Metzgermeister mit Pferdeschwanz und Hauptmannsuniform ist ein Unikat. Ein Typ, der schon einmal eine Wurst mit



Roter Beete, Apfel und Zwiebeln fabriziert oder Bier ins Brät kippt. Mit „Anekdoten live aus dem Wurstsalon“ begeisterte er die Anwesenden. „Ich

Fotos: Theimer, Blümel, Kalus



MEAT & GREET 2020

Interessierte Teilnehmer und Premium-Partner können sich gerne melden:

- Marco Theimer: 089/37060-150, m.theimer@blmedien.de
- Gundula Schwan, management forum starnberg: 08151/2719-28, gundula.schwan@management-forum.de

führe mit solchen Kreationen Leute an unser Handwerk heran, die eigentlich keine Wurst mehr essen wollen, aber wegen der Rezepturen neugierig geworden sind“, sagt er. Seine Metzgerei, ausgestattet mit Plattenspieler und Discokugel, ist immer wieder Schauplatz exklusiver hipper Events. Zu welcher Musik die Arbeit dann gut von der Hand geht? „Callas ist anstrengend, aber Reggae geht immer.“

MITEINANDER FÜREINANDER

„Wir haben alle Fehler gemacht“, rief **Dirk Freyberger** den Teilnehmern zu. Der Metzgermeister, Vorsitzende von Fleischsommelier Deutschland e.V. und Teamkapitän des The Butcher Wolfpack – WBC Team Germany, legte seine Hände in offene Wunden, als er die Gründe für die Nachwuchsmisere („Wir haben eine Generation verpasst.“) nannte. Die Branche lasse sich von Außenstehenden Aspekte wie Regionalität diktieren – „das müssen wir uns zurückholen; wir müssen die Tradition in der Wertschätzung unserer Produkte wiederfinden.“ Der Nürnberger wollte seinen Vortrag aber als positive Motivation verstanden wissen: „Ich will euch für ein Miteinander füreinander entzünden.“ Nur so bekommen

wir wieder Leute in unsere Läden – als Kunden und Mitarbeiter. Auch das Butcher Wolfpack profitiere vom positiven Bild des Handwerks in der Öffentlichkeit und helfe dabei junge Menschen dafür zu begeistern.

IM SCHATZKÄSTCHEN ARBEITEN



Wie ein Laden als Food-Erlebniswelt das Fleischerhandwerk beflügeln kann, schilderte der Geschäftsführender Gesellschafter

von Schrutka-Peukert **Hans-Jürgen Päsler**. Ein Laden müsse ein Schatzkästchen sein, das die Persönlichkeit seines Betreibers widerspiegelt. Lichteffekte seien dabei ebenso Helfer beim Schüren positiver Emotionen wie Dry-Age-Reifekammern oder edle Materialien bzw. Mobiliar im Restaurant-Style, wie man es nicht unbedingt in einer Metzgerei erwartet. „Sie müssen den Laden öffnen und alles vermeiden, was Kunden von der Ware ablenkt“, erklärte er. Dann werde ein neuer Laden Ortsgespräch.

MEDIALES POWERPLAY

Das amüsante Grande Finale bestritt **Albert „Bertl“ Fritz**, Bayerischer Weißwurstbotschafter aus dem Bayerischen Wald und Ideengeber der alljährlichen Wahl der Bayerischen Weißwurstkönigin. Anfangs belächelt, ging die Kür der Würdenträgerin 2019 ins siebte Jahr. Mittlerweile sei ein „mediales Powerplay garantiert“. TV-Stationen reißen sich ebenso um die Weißwurstkönigin wie Radiostationen, Zeitungen und Boulevardmedien. Weitere Ideen



wie die Weißwurstseminare in der Metzgerei Einsle und ein Königlicher Weißwurstsenf bewegten sich ebenso in der Erfolgsspur: „Bei den Seminaren haben wir

jede Woche rund 40 Teilnehmer und kürzlich das Weißwurstdiplom Nr. 5.000 überreicht – den Senf nehmen die Urlauber kartonweise mit.“ Fazit: Das erste „Meat & Greet“ wird den Teilnehmern wohl lange im Gedächtnis bleiben, nicht nur aufgrund des wertvollen Inputs für den Alltag, sondern wegen der Kontakte untereinander, die ohne das Treffen so kaum möglich gewesen wären.

Marco Theimer, Christian Blümel, Martina Kalus

NÜTZLICHE LINKS

- www.aichinger.de
- www.butcherwolfpack.de
- www.fh-wirsindanders.de
- www.foodkompanions.com
- www.fleischerei-bechtel.de
- www.fleischsommelier-deutschland.de
- www.inhoven.de
- www.innocent-meat.de
- www.jaegerundsammler.de
- www.kaspercom.de
- www.metzgerei-hack-freising.de
- www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de
- www.schrutka-peukert.de
- www.weisswurstkoenigin.de
- www.wenisch-traubing.de



GESCHMACK ERLEBEN



Etwa 40 deutsche und österreichische Teilnehmer brachten sich beim Handwerksseminar „Nützliches für den Fleischer“ im Seminarzentrum von Frutarom in Salzburg auf den neuesten Stand.

Bevor sie aber in die abwechslungsreiche Welt der Gewürze und funktionellen Hilfsstoffe eintauchten, startete das zweitägige Seminar mit einem Kennenlernen am Vorabend. Was sind Berner Würstl? Welche funk-

tioniert Sous-vide? Was beeinflusst die Mikrobiologie von Fleisch- und Wurstwaren? Welche Wursthülle ist am besten geeignet? Das waren nur einige Fragen aus dem vielfältig aufgestellten Programm, die hier beantwortet wurden. Den

Einstieg in die Welt der Gewürze, ihre Wirkungsweisen, Unterschiede und gesundheitsfördernden Aspekte meisterte der Leiter des Team Inspiration, Christian Berger, der aus seinem über 20-jährigem Erfahrungsschatz schöpfte. „Know-how ist die Basis, um erfolgreich zu sein und Qualität die Maxime“, sagte er und rief zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln auf. Aufgelockert durch allerlei Anekdoten und Gewürzproben wie Sansho Blütenpfeffer, Safran oder violetten Nepal-Kardamom verging die Zeit wie im Flug. Und



wer es noch nicht wusste: Allein Ingwer enthält 25 antioxidative Wirkstoffe. Da könne so manches Arzneimittel nicht mithalten.

AUS ERSTER HAND

Im Anschluss folgten die technologischen Themenkomplexe Brühdauerwurst inklusive der österreichischen Spezialitäten, Rohwurst und Rohschinken sowie Frischhaltung. Anhand landestypischer Wurstwaren wie Bergsteiger, Zirbensalami, Berner Würstl oder Käswurst erklärte der Fachberater Christian Murschetz die Herstellung und gab praktische Tipps. Detaillierte Rezepturen enthielten die professionell aufbereiteten Seminarunterlagen. So ist es leicht, die Spezialitäten im eigenen Betrieb umzusetzen. Sein Kollege Patrick Kollhorst übernahm das Thema Rohwurst und Rohschin-

ken. Er stellte vorteilhafte Handlungsweisen vor und gab Empfehlungen zur Fehlervermeidung. Wie der Einsatz moderner Frischhaltungsmittel – auch und vor allem Clean Label – die Mikrobiologie von Erzeugnissen beeinflusst, darüber referierte Dr. Claudia Durmus, Mitglied der Geschäftsleitung. Sie erklärte deren Wirkungsweise, gab rechtliche Tipps und wies auf die Variante V der trockenen Germex-Ränge hin, die neben Bakterien auch Listerien in ihrer Entwicklung hemmt. Auf der Basis von gemildertem Brantweinessig ist der in Lake lösliche und leicht säuerliche Frischhalter etwa für Brühwurst und Kochpökelwaren einsetzbar. Wichtig sei es, ein effektives Hüdensystem aufzubauen, um die Bedingungen zur Vermehrung von Mikroorganismen mit jedem weiteren Schritt zu verringern.

Die Bedeutung und Vorteile von Starterkulturen brachte die langjährige Produktmanagerin Sandra Born den Teilnehmern nahe. Sie stellte die BITEC-Lebensmittelkulturen vor. Parallel dazu konnten die Teilnehmer eine Reihe von Salamivarianten probieren und Unterschiede schmecken. Kulinarisch wurde es dann mit den Fachberatern Harald Bender und Matthias Meyer. Kostproben gab es von allerlei sous-vide-gegartem Fleischzubereitungen und Saucen, etwa Hirschbraten, Schweinefilet Rhodos, Geflügelroulade oder einer Putenkeule Argentina. So mancher Magen hatte da gut zu tun.

Am zweiten Tag stand dann noch das Thema Wursthüllen auf dem Programm. Abgerundet wurde der informative Experten- und Kollegenaustausch mit einer Besichtigung des Werksstandortes Freilassing.

www.frutaromsavory.com



WILD: VON NATUR AUS BIO



Rehrücken, Hirschgulasch, Hasenbraten – gerade im Herbst und vor allem in der Weihnachtszeit hat Wildfleisch Hochkonjunktur in der Küche. Es kommt aus der Region, gilt als schmackhaft und nährstoffreich.

Etwa 30.000 t heimisches Wildbret von Wildschwein, Hirsch und Reh verspeisen wir jährlich, dazu landen 400.000 Wildenten, 150.000 Fasane sowie mehr als 600.000 Feldhasen und Wildkaninchen auf deutschen Tellern. Im Herbst beginnt die Hauptjagdsaison. Von Oktober bis Januar erlegen Jäger einen Großteil des Wildes, um Schäden in Wald und auf Feldern zu reduzieren. Für Rot- und Damwild wie auch für Wildschweine gibt es so gut wie keine natürlichen Feinde mehr, was die Wildtierpopulation ohne eine jagdliche Regulierung übermäßig ansteigen ließe.

MIT GUTEM GEWISSEN

Wildbret ist regional und von Natur aus bio. Die Rehe, Hirsche, Hasen, Fasane und Wildschweine wachsen langsam in ihrem Lebensraum, dem Wald und der Wiese, heran, sodass ihr Fleisch in aller Ruhe den besonderen Wildgeschmack entwickelt. Sie können sich frei bewegen und sich von Blüten, Kräutern und Früchten – also mit vielen Mineralstoffen wie Eisen, Selen und Zink sowie Vitaminen ernähren, die sich später im Wildbret wiederfinden und der Mensch über den Verzehr des Fleisches aufnimmt. Rotes Fleisch zählt zu den besten Quellen für leicht resorbierbares Eisen, so enthält etwa Hirschfleisch mehr als 4 mg Eisen pro 100 g Fleisch. Wildbret zeichnet sich zudem durch einen hohen Gehalt an Proteinen und ungesättigten Fettsäuren aus. Sein Eiweißgehalt von durchschnittlich 23 % liegt höher als bei land-

wirtschaftlichen Nutztieren wie etwa Geflügel. Der Gehalt an Omega-3-Fettsäuren ist fast so hoch wie in Lachs, selbst nach dem Kochen oder Braten.

UNTERSCHIEDE

Wildschwein: Besonders charakteristisch ist die dunkelbraune Farbe des Fleisches. Zudem ist es saftig, würzig, hat einen hohen Fettgehalt und ist magerer als das von Hausschweinen. Ein Qualitätskennzeichen ist auch der satte, rötliche Glanz. Das Fleisch darf weder schwärzlich verfärbt sein, noch darf es schmierige Stellen oder einen metallischen Glanz aufweisen. Nackenstücke eignen sich sehr gut für geschmorte Wildschweinbraten

Hirsch: In der Regel ist dabei das Fleisch vom Rothirsch gemeint, denn diese sind weltweit am meisten verbreitet und hierzulande die wichtigste Hirschart. Es ähnelt in der Konsistenz Rindfleisch, schmeckt aber kräftiger und ist besonders fettarm.

Reh: Die Verwendung in der Küche ist sehr vielseitig. Beim Klassiker Rehrücken handelt es sich teilweise um das Filetstück. Frisches Rehfleisch ist tiefrot, aber nicht ganz so dunkel wie das vom Hirsch. Das Fleisch ist saftig, kurzfasrig und sehr mager. Im Februar, März und April dürfen Rehe nicht geschossen werden. Dann ist frisches Fleisch nicht verfügbar.

Kaninchen und Hase: Wildhasen zeichnen sich primär durch rotbraunes, aromatisches Fleisch aus. Es ist ebenfalls fettarm und feinfaserig – vor allem bei Jungtieren. Wildkaninchen hingegen haben ein weißes



TRAINING: Know-how: Wild

bis blass-rosafarbenes Fleisch mit zarter Struktur und einem feinen Eigenaroma. Der Geschmack erinnert eher an Geflügel wie Hühnchen, Pute oder Gans.

PASSENDE GEWÜRZE

Wacholderbeeren: Sie passen mit ihrem Aroma zu allen Wildgerichten, auch zu Wildgeflügel und mildern den Wildgeschmack etwas ab.

Rosmarin und Thymian: Beides sollten man behutsam dosieren.

Lorbeer: Auch die aromatischen Lorbeerblätter sollten sparsam eingesetzt werden. Dennoch dürfen sie nicht fehlen, da auch sie den Wildgeschmack milder machen.

Nelken: Zum Wild sollten ganze Nelken verwendet werden. Sie enthalten viele ätherische Öle, duften und würzen deshalb recht intensiv.

Pfeffer: Auch scharfe Komponenten dürfen nicht fehlen. Erst so ergibt sich ein wirklich „rundes“ Geschmackserlebnis.

Piment und Zimt: Sind oft Teil von fertigen Wildgewürz-Mischungen.

In der richtigen Dosierung geben beide Gewürze ein bisschen Schärfe.



Stichwort: Beizen

Damit das Fleisch schön zart ist und der Wildgeruch sowie Geschmack nicht zu intensiv, empfiehlt sich eine Marinade. Am verbreitetsten ist es, Wild in Rotwein- oder Buttermilchbeize einzulegen. Streng schmeckt Wildfleisch, wenn die Tiere vor dem Fang in der Brunft gewesen sind. Testosteron sorgt für einen veränderten Stoffwechsel und erhöht die Drüsen-tätigkeit. Mit dem Einlegen in Nassbeize kann man diese unerwünschten Geschmäcker aus dem Fleisch verdrängen. Achtung: Tiefgefrorenes Wild sollte nicht mariniert werden, es wird zu trocken. *kal*

	Welches Fleisch ähnelt der Konsistenz von Rindfleisch?
	In welchem Zeitraum erlegen Jäger den Großteil des Wildes?
	Auf welche Qualitätskennzeichen muss bei Wildschweinfleisch geachtet werden?
	Welche Farbe hat Wildschweinfleisch?
	In welchem Monaten ist frisches Rehfleisch nicht verfügbar?
	Welches Wildbret erinnert vom Geschmack an Geflügel?
	Wie können ungewünschte Geschmäcker aus dem Fleisch verdrängt werden?
	Welche Nährstoffe sind in Wildbret enthalten?



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 €.



Zum 55. Firmenjubiläum berichtet Christian Wörmann, Geschäftsführer des Anhänger-Spezialisten Wörmann, über Kunden im Metzgerhandwerk und wagt einen Blick in die Zukunft.



55 Jahre Anhänger für viele Zwecke: Was waren Ihre Höhepunkte in Sachen Verkaufsanhänger für das Metzgerhandwerk in all den Jahren?

In 55 Jahren haben wir Metzgerei-Verkaufsanhänger für sämtliche Anwender z. B. landwirtschaftliche Selbstvermarkter, Metzgereien, Großschlachtereien bis hin zu russischen Supermarktketten verkauft. Neben unserem Serienprogramm bleiben in der Individualabteilung keine Wünsche in Bezug auf Ausstattungen und Kombinationen offen. Oft werden Metzgerei-Verkaufsanhänger kombiniert mit Bäckerabteilung, Imbissabteilung usw. ausgestattet.

Kaufen Kunden aus dem Fleischerhandwerk gezielt einen Anhänger oder eher spontan?

Anhänger für das Fleischerhandwerk werden in der Regel gezielt gekauft, um etwa neue Vertriebswege wie auf Wochenmärkten zu erschließen oder eine Standortanalyse für eine neue stationäre Filiale auf günstige Art und Weise zu erproben.



Welche besonders ausgefallenen Ideen haben Sie auf Kundenwunsch hin in einem Verkaufsanhänger umgesetzt?

Für den Kunden einer schwedischen Straußenfarm haben wir eine 200 cm hohe klappbare Werbetafel in Straußenform als Markenzeichen auf das Dach montiert.

Welche Erwartungen haben Kunden aus dem Fleischerhandwerk an Sie?

Kunden aus dem Fleischerhandwerk möchten Verkaufsanhänger, mit denen ihre hochwertige Ware, sauber, hygienisch und bestens präsentiert werden kann. Ferner spielt eine großzügige Lagerkühlmöglichkeit eine große Rolle. Dazu verwenden wir meistens

INDIVIDUELL UND PRAKTISCH

Kühltheken mit runden Glasscheiben, sowie durchgehende Stauraumkühlungen unter der Warenauslage als auch spezielle Innenbeleuchtungen, welche die Ware immer ins richtige Licht rückt. Durch ausklappbare Vitrinengläser lassen sich die Theken leicht reinigen.

Wie schätzen Sie den künftigen Bedarf für diese Kundengruppe ein – egal ob Verkaufs- oder Kühlanhänger?

Der Bedarf an Verkaufs- sowie Kühlanhängern nimmt stetig zu. Dies ist zurückzuführen auf die Erkenntnis, dass mit einer mobilen Filiale oft höhere Preise der Produkte

erzielt werden können. Dies liegt daran, dass der Endkunde insbesondere auf Wochenmärkten grundsätzlich bereit ist für gute Qualität mehr Geld auszugeben. Bei diesen Kunden steht mehr die Qualität als der Preis im Vordergrund. Auch der Bedarf an Kühlanhängern steigt stetig aufgrund hoher EU-Auflagen in Bezug auf das Schlachten, die kleine Metzgereien oft nicht mehr erfüllen können. Somit sind diese angewiesen in großen Schlachtereien schlachten zu lassen. Dazu benötigen sie Kühlanhänger, die es zulassen, Fleisch vorschriftsgemäß hängend und gekühlt (durch entsprechende Fahrkühlungen) zum Schlachthof und zurück zu transportieren. *mth*

Vielen Dank für das Gespräch.
www.woermann.eu



DREI-LÄNDER-WETTKAMPF



Platz1: Sie kamen, sahen und siegten – der Tisch des italienischen Teams.

Neben den Gastgebern waren die französische Equipe de France Boucherie und das italienische Team Nazionale Italiana Macellai sowie rund 40 Freunde, Gäste und Unterstützer zu dem Kräfteressen angereist. Alle erlebten einen Event der Extraklasse, denn die Teilnehmer waren mit Passion und großem Eifer bei der Sache.

Die Viererteams mussten an dem Sonntagvormittag innerhalb von 50 Minuten eine Schweinehälfte und eine Lammkeule zerlegen, in veredelte, küchenfertige Fleischgerichte „verwandeln“ und diese attraktiv auf einem Tisch präsentieren. Alle Teilnehmer hatten sich akribisch vorbereitet: „Bei uns waren es drei Übungseinheiten, eine zur Produktfindung und zwei Generalproben in Echtzeit“, erklärte Butcher Wolfpack-Mitglied Steffen Schütze. Aus den verwertbaren Abschnitten entstanden ländertypische Bratwurstkreationen. Die Jury bestand aus drei Personen: Fleisch-Sommelier Michael Keller, Robert Schedel von der Fleischerschule Augsburg und Gianni Giardino, ein Fleischprofi aus Italien. Michael Keller dankte der Fleischerschule und

Die Teams

- **Deutschland:** Dirk Freyberger, Katharina Bertl, Michael Moser, Matthias Endraß
- **Frankreich:** Christophe Ip Yan Fat, Anne-Sophie Conjat, Mickael Chabanon, Victor Seiler
- **Italien:** Orlando di Mario, Mara Labella, Davide Ceconi, Roberto Pasaretta



Ritze, ratze, voller Tücke, in das Schweinchen eine Lücke.



In puncto Finesse leistete auch das italienische Team Beeindruckendes.



Das französische Team siegte in der Kategorie „Beste Präsentation“.



The Butcher Wolfpack – WBC Team Germany

Zu einem freundschaftlichen Wettkampf trafen sich drei Länderteams auf die Einladung des Butcher Wolfpack Team Germany in der Fleischerschule Augsburg.



Hochkonzentriert: Katharina Bertl und Matthias Endraß.



Auch das deutsche Team hatte ganze Arbeit geleistet.



Präzision auch bei Anne-Sophie Conjat.



Koteletts wurden mit den Nationalfarben der Teams geschmückt.

ihren Mitarbeitern für ihren Sonntageinsatz: „Dieser Wettkampf unterstreicht und zeigt die Möglichkeiten eines modernen Fleischerhandwerks.“

EIN KNAPPES RENNEN

Während das Butcher Wolfpack Team Germany etwa mit Karrée vom Aktivstallschwein, gefülltem Halsgrat im Schweinenetz oder Belly Rolls punkten wollte, brachten die Franzosen Subnuss vom Schweinefleisch in Tournedos, unterschiedlich gefüllte Koteletts und Lammnuss auf den Tisch. Das italienische Team

begeisterte die Jury mit Filet mit Lauch und Feigen, Rollrippchensowie Fleischklößchen mit Gorgonzola und Apfel. Insgesamt waren pro Team 130 Punkte zu erreichen.

Mit Spannung erwarteten alle wer gesiegt hatte. Es gewann das italienische Team, auch weil es sich im Gegensatz zu den anderen beiden laut Michael Keller stets korrekt im Zeitplan bewegte. Die anderen beiden Teams belegten punktgleich Platz 2, gingen aber auch nicht leer aus. Das Butcher Wolfpack siegte in der Kategorie „Bestes Teamwork“, das französische Team in der Kategorie „Beste Präsentation“. Die Italie-

ner freuten sich über einen weiteren gläsernen Pokal in der Kategorie „Beste Wurst“. Der bayrische Landesinnungsmeister Konrad Ammon lobte: „Die gezeigten Arbeiten sind Champions League – spitze.“ Die drei Teams nehmen Anfang September 2020 an der World Butchers Challenge in Sacramento/USA teil. Zum Schluss dankte Teamkapitän Dirk Freyberger den Mitarbeitern der Fleischerschule für ihre großartige Unterstützung. Der erlebnisreiche Tag klang auf dem Münchner Oktoberfest aus.

www.butcherwolfpack.de
www.metzgerhandwerk.de

Fotos: Theimer



**BEREIT FÜR DIE HEISSTHEKE
DER ZUKUNFT?**

AICHINGER

Erfolg lässt sich einrichten.

PLATTE 64

Die PLATTE64 ermöglicht Ihnen warme Speisen auf appetitliche Art und Weise zu präsentieren und gleichzeitig perfekt auf Temperatur zu halten. Mehr erfahren unter: www.aichinger.de



SPIESSIG



IST ANDERS

Das Motto „Aufgespießt“ bot einen großen Raum für die Interpretation und Umsetzung der Snacks. Von ausgefallenen Fleischspießen über aufgespießte Lasagne- und Blätterteigkreationen bis hin zu Burgern am Spieß in verschiedenen Varianten war alles vertreten. Die einzige Bedingung: Mindestens ein Produkt aus dem vorgegebenem Homann Foodservice-Warenkorb war als Snack-Bestandteil oder Dip zu verwenden. Alle anderen Zutaten waren frei wählbar.

Die Sieger hoben sich durch besonders kreative und ausgefallene Snack-Ideen von ihrer Konkurrenz ab. Über die Snack Star®-Pokale und Urkunden sowie tolle Sachpreise freuten sich neben der Gewinnerin des dritten Platzes Nicole Pokorny (20 Jahre, Fleischerei Richter, Leipzig) für ihren „Poko-Spieß“ auch das Sieger-Duo des zweiten Platzes Jenny Schmidt und René Kraft (18 Jahre, Metzgerei Schnug, Wahlrod) für ihre Snack-Kreation „Sausage Twister“. Den Sieg sicherten sich Maximilian Lang (17 Jahre, Taubertaler Fleisch und Wurst, Lauda-Königshofen) und Nils Schuler mit ihrem „würzigen KaSpe-Spießchen“. Mit 18 qua-

85 Snack-Ideen reichten 107 Teilnehmer aus neun Bundesländern zur neunten Auflage des Nachwuchswettbewerbs Homann Snack Star® Snack des Jahres ein.

lifizierten Rezept-Einsendungen erreichte das Berufsschulzentrum Sulzbach-Rosenberg erneut Platz 1 in der Schulwertung und setzte sich gegen 15 Berufsfach- und Meisterschulen aus ganz Deutschland durch. Die bayerischen Schüler können sich auf ein Snack-Seminar mit dem Homann Snack-Coach freuen. In der Kategorie „beliebtestes Homann Produkt“ siegte die Snack Sauce Joghurt Knoblauch.

Um dem Nachwuchs das Thema Snacking näherzubringen und die Snack-Zubereitung aktiv in den Unterricht einzubinden, erhielten die Lehrkräfte der Berufsfach- und Meisterschulen ein Paket mit Schulungsmaterialien. Das Team hinter dem Ideen-Wettbewerb – Vertreter von Homann Foodservice, Deutschem Fleischer-Verband (DFV) und dem Fachmagazin FH Fleischer-Handwerk – übernahm die Bewertung der eingesendeten Snack-Ideen unter Berücksichtigung der Bewertungskriterien Idee und Name, Zubereitung, Kalkulation, Optik und Geschmack. Danach wurden zehn Jury-Favoriten der Fleischernachwuchs-Community in einem Online-Voting vorgestellt. Dieses zählte 2019 über 2.000 abgegebene Stimmen. Die Preisverleihung fand zum siebten Mal in Folge im Rahmen des Deutschen Fleischerverbandstages statt – dieses Mal in München. Dazu lud Homann Foodservice die Gewinner und ihre Berufsschullehrer ein. 2020, im 10-jährigen Jubiläumsjahr, wird der Wettbewerb mit einem besonderen Motto zurückkehren. Näheres dazu im Frühjahr 2020. www.homann-snackstar.de

Fotos: Theimer, Homann Foodservice



DIE REZEPTE DER SIEGER



Maximilian Lang & Nils Schuler, Gewerbliche Schule Bad Mergentheim

WÜRZIGE KASPE-SPIESSCHEN

Zutaten für 1 Portion (4 Spieße):

4 Drillinge (kleine Kartoffeln), 4 x 2 mm dicke Speckscheiben vom Bauch, selbst gemischtes SPP-Gewürz (Salz, Pfeffer, Paprika edelsüß), etwas Sonnenblumenöl, ca. 8 ml Homann Snack Sauce Joghurt Knoblauch, 4 Spieße

Zubereitung: Kartoffeln waschen, ungeschälte rohe Kartoffeln mit einem Kern-Ausstecher (Durchmesser max. 5 mm) durchstechen. Pro Kartoffel einen Speckstreifen dünn mit der Snack Sauce Joghurt Knoblauch bestreichen. Danach die Speckstreifen eng zusammenrollen und jeweils komplett in die Aushöhlung der Kartoffel stecken (evtl. unter Zuhilfenahme des Kernausstechers). Die Kartoffel mit etwas Sonnenblumenöl bestreichen und überall leicht mit dem SPP-Gewürz bestreuen. Bei 160°C etwa 30 Minuten goldbraun im Kombidämpfer/Backofen backen. Kartoffeln herausholen, in der Mitte teilen und die beiden Hälften auf einen Spieß stecken. Heiß oder kalt in der Theke oder beim Partyservice auf einem Buffet dekorativ anrichten.



Alternativen: Anstatt Speck kann auch Salami eingesetzt werden. Zusätzlich könnte man auch Emmentaler-Käse auf die Einlage streuen.

Zubereitungszeit: 40 Minuten inkl. Backzeit



Jenny Schmidt & René Kraft, BBS-Westerburg

SAUSAGE TWISTER

Zutaten für 2 Portionen: 2 Minipaprika, 4 Rispentomaten, 1 Zucchini, 2 Nürnberger Rostbratwurst-Schnecken, Kräutersalz, Homann Snack Sauce Joghurt Knoblauch, Homann Snack Sauce Paprika Frischkäse

Zubereitung: Die Zucchini in Scheiben schneiden und mit Kräutersalz einreiben. Den Spieß aus den Rostbratwurst-Schnecken entfernen und sie an drei Punkten auf den neuen Spieß spießen. Die Tomaten zwischen dem ersten und dritten Punkt aufspießen und in Zucchinis Scheiben einbetten.

Den Deckel und das Gehäuse der Paprika entfernen. Die Paprika mit Homann Snack Sauce Joghurt Knoblauch füllen (nach Belieben). Den Deckel mit kleinen Spießen fixieren und in der Mitte (zweiter Punkt) aufspießen. Den Spieß beidseitig etwa 5 bis 7 Minuten auf dem Grill durchgaren. Die Snack Sauce Paprika Frischkäse als Dip dazu reichen.



Alternativen: Man kann auch ein anderes Gemüse nehmen, z. B. Zwiebeln statt Zucchini.

Zubereitungszeit: 8 Minuten



Nicole Pokorny, BSZ-Delitzsch

POKO-SPIESS

Zutaten für 1 Portion: 800 g Gehacktes (Schwein), 12 Käsewürfel (Gouda), 40 g Semmelmehl, 40 g Mehl, 2 Eier, ½ Zucchini, 1 rote Zwiebel, 1 rote Paprika, 4 Scheiben Bacon, Salz, Pfeffer, 40 g Homann Snack Sauce Joghurt Knoblauch, 3 Spieße

Zubereitung: Das Gehackte salzen und pfeffern, abschmecken, zu 12 kleinen Kugeln formen und mit je einem Käsewürfel füllen. Zucchini längs in dünne Scheiben schneiden. Paprika und Zwiebeln in Quadrate schneiden. Vier Hackbällchen mit Mehl, Ei und Paniermehl panieren. Vier weitere davon mit Bacon ummanteln und die restlichen vier mit Zucchini ummanteln. Spieße abwechselnd mit Paprika, den Bällchen und Zwiebeln bestücken und frittieren. Die Snack Sauce Joghurt Knoblauch auf Servierlöffeln dazu anrichten.

Alternativen: Salbei statt Rucola verwenden; auch die Sauce kann variieren.

Zubereitungszeit: 30 Minuten



ZUKUNFT FEST IM BLICK



Nach Hamburg im Norden 2018 lag das Ziel der im Deutschen Fleischerverband organisierten Fleischer und Metzger 2019 im Süden der Republik. Eingeladen zum 129. Deutschen Fleischer-Verbandstag am 13./14. Oktober hatte die Metzger-Innung München um ihren Obermeister Andreas Gaßner (m./re). In einer impulsiven und motivierenden Begrüßung rief er die Anwesenden zum Zusammenhalt auf: „Es geht um die Zukunft des Fleischerhandwerks“. Die Themen und Herausforderungen sind vielfältig: Digitalisierung, bürokratische Hürden, Nachwuchs- und Fachkräftemangel, Sicherung der Verbandsfinanzierung, Klimaschutz und Nachhaltigkeit, Tierschutz oder Reduktionsstrategie für Fett, Salz und Zucker. „Viele Debatten werden heute nicht mehr von gesundem Menschenverstand und gesicherter Erkenntnis geleitet, sondern von ideologischen, populistischen und geschäftlichen Interessen. Wenn wir nicht für uns selbst sprechen und streiten, wird es kein anderer tun“, betonte DFV-Präsident Herbert Dohrmann (m./li). Dazu passte auch der Gastredner, der Ernährungswissenschaftler Uwe Knop, der Ergebnisse der Ernährungsforschung hinterfragte und analysierte: „Lassen Sie sich nicht verrückt machen. Es existiert kein wissenschaftlicher Beweis für gesundheitsschädliche Effekte von Fleisch. Es gibt immer so viele Studien wie Gegenstudien. Jeder findet was er braucht. Fleisch ist die hochwertigste Quelle für Protein.“ Das sollte auch jungen Menschen Mut machen. Schlagkräftige Argumente hätten noch niemandem geschadet. Der DFV-Präsident lobte das Engagement vieler junger Leute: „Viele haben sich für unser Handwerk entschieden. Die dürfen wir nicht enttäuschen. Egal ob Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks, 'Wir sind anders e.V.' oder Juniorenverband. Es ist großartig, was diese jungen Leute auf die Beine stellen“. Selten in den vergangenen Jahren waren beim Verbandstag so viele junge Gesichter in den Reihen zu sehen. Exemplarisch für seine Kollegen

Zum vierten Mal sowie erstmals wieder seit 25 Jahren war der Deutsche Fleischerverbandstag in München zu Gast. Das gemeinsame Handeln und Bewältigen von Herausforderungen standen im Fokus. Dafür wurden wichtige Entscheidungen beschlossen.

zum vierten Mal sowie erstmals wieder seit 25 Jahren war der Deutsche Fleischerverbandstag in München zu Gast. Das gemeinsame Handeln und Bewältigen von Herausforderungen standen im Fokus. Dafür wurden wichtige Entscheidungen beschlossen.

im Nationalteam bedankte sich Fleischermeister Max Münch für das Vertrauen der Anwesenden.

FINANZIERUNG FIXIERT

Um aktuellen und künftigen Herausforderungen aktiv und wirksam entgegenzutreten zu können, werde man verstärkt zur Sacharbeit zurückkehren. Dafür beschlossen die Delegierten eine jährliche Steigerung der Beiträge zum Bundesverband um 20 € bis 2022, unabhängig von der Entwicklung der Mitgliederzahlen, die der DFV für 2022 mit etwa 4.050 kalkuliert. Strikte Kostendisziplin sicherte Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs den Anwesenden zu und war sichtlich etwas überrascht, dass er für sein langjähriges überlegtes Handeln und Engagement vom Generalsekretär des Zentralverbandes des Handwerks, Holger Schwannecke, mit dem Handwerkszeichen in Gold geehrt wurde. Ferner wird der Int. Metzgermeister-Verband (IMV) künftig stärker zur Finanzierung des Brüsseler Büros beitragen, das bisher im wesentlichen vom

DFV getragen wurde. Die Stelle von Dr. Wolfgang Lutz wird nicht mehr besetzt, seine Aufgaben übernehmen bisherige DFV-Experten. „Es ist immer wieder beeindruckend, welchen Stellenwert das deutsche Fleischerhandwerk im Ausland genießt. Die Hochachtung, die uns entgegengebracht wird, ist ermutigend“, so DFV-Vizepräsident Eckhardt Neun in seinem Ausblick und deutete mit einem positiven Blick auf die IFFA weitere Aktivitäten und intensiveren Austausch an. Auch Konrad Ammon und Michael Durst blickten positiv zurück, gaben einen Einblick in ihre künftigen Schwerpunkte und sicherten ihre volle Einsatzbereitschaft zu. Für Nora Seitz genießen im Bereich Ausbildung die Weiterentwicklung der Nationalmannschaft, die Berufe-Olympiade Skills 2020 sowie die Neuordnung der Fachverkäuferinnen-Ausbildung Priorität.

NACHWAHL UND EHRUNGEN

Veränderungen gibt es zudem im DFV-Gesamtvorstand: auf Markus Krumb folgte die

neue Landesinnungsmeisterin Dagmar Groß-Mauer (LIV Rheinland-Rheinessen), für Werner Braun (Bayern) rückt Thomas Köhn nach, für Hamburg folgt Dirk Hübenbecker auf Otto Meinert und Matthias Balk vertritt die Interessen von Brandenburg. Alle wurden einstimmig gewählt. Für ihr Engagement für den Branchennachwuchs ehrte die Gilde-Stiftung auch 2019 vorbildliche Kolleginnen und Kollegen (linke Seite unten): die Metzgerei H.H. Schmidt & Catering aus Daaden, die Heilbronnerin Gabriele Sorg, die auf der Bundesgartenschau zahlreiche Aktionen mit Auszubildenden durchführte und das Team der Fleischerei Lothar Franke um Fleisch-Sommeliere Andrea Franke aus Weinböhla in Sachsen, das mehrmals monatlich mit lustigen und kreativen Videoclips und Fotos auf Facebook für große Aufmerksamkeit sorgt. Zum Abschluss lud Rüdiger Pyck vom Landesinnungsverband Baden-Württemberg seine Kollegen zum 130. Deutschen Fleischerverbandstag am 11. und 12. Oktober 2020 in seine Heimatstadt Sinsheim ein – dort werde der Weg weiter fortgesetzt. *mth*



ANZEIGE

Jetzt wird's wild

Die MOGUNTIA FOOD GROUP präsentiert Produkte und Ideen zum Thema Wildfleisch

Wildfleisch wird in der Winterzeit gerne zubereitet. Perfekte Begleiter zum edlen Fleisch sind Pilze, Zwiebeln und Wurzelgemüse. Auch passende Saucen und Gewürze dürfen nicht fehlen. Wie Wildfleisch genussvoll zubereitet wird und welche Produkte dazu gehören, weiß Hubert Stumpf, Fachberater und Produktmanager der MOGUNTIA FOOD GROUP: „Die richtige und abgestimmte Würzung ist ein wesentliches Element bei der Wildzubereitung. Sie kann den Wildgeschmack verstärken, was etwa bei Wildschwein erwünscht ist, oder den Geschmack mildern bzw. harmonisieren wie es bei Reh oder Hase gewollt ist“.

Sein Tipp zum Würzen und Einlegen von Wild ist das sogenannte Selchfleischgewürz: „Diese geschrotete Gewürzmischung mit ihrem hohen Wacholderanteil gibt dem Wildbraten den gewünschten vollmundigen Geschmack. Mit dieser Gewürzmischung lässt sich



auch eine Beize herstellen – etwa für den Klassiker Hasenpfeffer.“

Zum Schmoren von Wildragout oder als Aufguss für Wildbraten empfiehlt die MOGUNTIA FOOD GROUP ihren CLASSIC Fond für Wild und saure Gerichte, der bereits die passenden würzenden Komponenten beinhaltet. „Wer mag, kann den erdigen Wildgeschmack noch mit Tafelmeerrettich verstärken oder mit Preiselbeeren mildern“, weiß Hubert Stumpf und hat direkt die passenden Tipps für die schnelle Zubereitung einer leckeren Sauce in der Wildsaison parat: „Unsere CUISINOR Pfefferrahmsauce lässt sich beim Anrühren mit einem Löffel Meerrettich und Preiselbeeren sowie einem Schuss Gin verfeinern oder Sie nehmen einfach die pastöse CUISINOR Waldpilzsauce.“ Wir beraten Sie gerne zu unseren Produkten rund um Wildschwein, Reh und Co.

MOGUNTIA WERKE Gewürzindustrie GmbH
Nikolaus-Kopernikus-Straße 1 • D-55129 Mainz
Tel.: +49 (6131) 583 60 • Fax: +49 (6131) 58 36 58
E-Mail: moguntia@moguntia.de

www.moguntia.com
www.indasia.de

INDASIA Gewürzwerk GmbH
Malberger Straße 19 • D-49124 Georgsmarienhütte
Tel.: +49 (5401) 33 70 • Fax: +49 (5401) 337 77
E-Mail: customerservice@indasia.de

KREATIVE DESSERTS

Viele internationale Desserts sind in Deutschland zu Klassikern geworden. Mit etwas Mut, Kreativität und/oder einem Schuss Alkohol macht man aus dem Bekannten ein ausgefallenes Highlight.



Crème Brûlée



FRANKREICH

Neben den Schokoladenbomben aus anderen Ländern kommt die **Crème Brûlée** meistens cremiger und etwas leichter daher.

Bewährt: Bewährt hat sich die Kombination aus Creme und Süße. Durch den karamellisierten Zucker bekommt die kalte Creme eine warme und zugleich knusprige Komponente.

Gewagt: Extravagant ist etwa die Kombination von Debic: „Neben der klassischen Variante kommt auch eine Komposition z. B. aus Crème Brûlée mit pochierem Apfel, Schokoladenmousse und Zimtabayon gut an“, verrät Niklas Friedrich, Produkt Manager der Marke Debic von Friesland Campina Foodservice. <

Klassiker aus anderen Ländern haben sich in den vergangenen Jahren, wenn nicht sogar Jahrzehnten, auch in Deutschland durchgesetzt. Ob man mit klassischen oder innovativen Desserts vorne liegt, hängt aber auch von der Zielgruppe ab. „Klassiker sollten auf jeden Fall das Basisangebot in der Gastronomie ausmachen“, ist sich Niels Konzack, Geschäftsführender Gesellschafter von bindi Deutschland, sicher.

Trotzdem können Klassiker mit wenigen Änderungen moderner aussehen – ohne, dass die Variation zu sehr vom Original abweicht. So können die beliebten Kombinationen z. B. nach Jahreszeiten oder schlicht mit einem Eis serviert werden. Sempel, aber wirksam ist auch eine Änderung des Namens oder neues Geschirr. „Weckgläser sind etwa ein echter Blickfang. Aber auch trendiges Geschirr können die Aufmerksamkeit gezielt auf das Dessert lenken“, ergänzt Kerstin Krischer, Marketing Managerin Frozen Food Froneri Schöller. Generell gilt bei der Frage Klassiker vs. Innovation: Die Mischung macht's. Denn Innovationen setzen Akzente im Angebot. Hier kommen probierfreudige Gäste auf ihre Kosten. Ein weiteres Plus: „Neue Kreationen machen neugierig und bleiben im Kopf hängen“, fasst Jennifer Rupil, Junior Produktmanagerin bei Vogeley, zusammen. Wie man diese Mischung aus alt und neu bei beliebten internationalen Klassikern umsetzt, haben wir bei einigen erfahrenen Food-Profis erfragt:

USA

Brownies kennen wir vor allem aus Amerika. Mit der weltweiten Verbreitung der amerikanischen Lebensart und Küche wurde der Kuchen auch bei uns bekannt und beliebt. Inzwischen sind auch die Blondies, Brownies mit weißer Schokolade, begehrt.

Bewährt: Er besteht traditionell aus einem Rührteig mit wenig Mehl und Kakaopulver und wird in einer rechteckigen Form gebacken. Bekannte Varianten gibt es mit Nüssen oder Rosinen.

Gewagt: Innovative Varianten kommen besonders bei der jungen, ernährungsbewussten Generation gut an. Dazu gehören z. B. die die glutenfreien Himbeer-Brownies von Erlenbacher. Die Variante besteht aus Rührteig mit roter Beete. Verziert werden die süßen Teilchen mit Sonnenblumenkernen, Kürbiskernen, Haselnüssen, Mandeln und Himbeeren. Das i-Tüpfelchen: Sie sind glutenfrei.



Erlenbacher Glutenfreier-Himbeer-Brownie

**ITALIEN**

Panna Cotta, übersetzt die „gekochte Sahne“, stammt aus dem Norden Italiens und besteht aus Sahne, Zucker und Gelatine. Für mehr Geschmack wird oft noch Vanille dazu gegeben. Bereits gekühlt und in Form gebracht, muss sie nur noch angerichtet werden und ist schnell servierfähig.

Bewährt: Besonders beliebt ist das Servieren mit Fruchtsaucen oder eingemachten Früchten. Aufgrund der Tatsache, dass man Früchte aller Arten gemeinsam mit Panna Cotta servieren kann, entstehen ausgefallene Farb- und Geschmackskombinationen.

Gewagt: „Kreative Abwandlungen kann man z. B. mit exotischen Gewürzen wie Safran, Kardamom oder Cayennepfeffer setzen“, überlegt Jennifer Rupil von Vogeley. Das Dessert kann auch je nach Saison variiert werden. So darf es im Winter gerne etwas festlicher mit Zimt und Marzipan sein und im Sommer leichter mit Früchten und erfrischenden Cremes.



Panna Cotta



Mohr im Hemd

ÖSTERREICH

Als **Mohr im Hemd** wird eine österreichische Süßspeise bezeichnet, die hauptsächlich aus Schokolade, Brotkrumen, Zucker, Eidotter, Mandeln und Rotwein besteht. Der Ausdruck „im Hemd“ kommt vom Schlagobers (Sahne), der den Kuchen umhüllt.

Bewährt: Der klassische Mohr im Hemd wird in einer kleinen Guglhupf-Form gebacken und im Wasserbad pochiert. In altbewährter Manier wird er danach mit einem Sahnehäubchen und Schokosauce serviert. Gerade in warmen Sommertagen kann das Dessert auch mit Eis serviert werden und heißt dann Eismohr im Hemd.

Gewagt: Wenn der kleine Kuchen gebacken ist, lassen sich zahlreiche Dessertkreationen erschaffen. Dazu etwa einfach der Länge nach durchteilen und mit Creme und Beeren verfeinern. Auch andere fruchtige Varianten passen zur Schokolade und können das kleine Kuchlein je nach Jahreszeit verfeinern.

myRAzept



So wird
DEKLARATION
einfacher denn je!

- ▶ Die neue Rezeptplattform
- ▶ Macht es Metzgern leichter
- ▶ Mit professioneller Unterstützung beim Deklarieren

Überzeuge dich selbst: www.myrazept.de
Auch als App für Tablet & Smartphone

Unverwechselbar sein

Frische, Qualität, Individualität und das Persönliche sind bei „Karcher – Dein Metzger“ im badischen Neibsheim im Landkreis Karlsruhe Garanten für den Erfolg.

Simon und Nehle Karcher sind ein Fleischer-Traumpaar – engagierte Fleischermeister und Meatlover, jung, dynamisch, kompetent, weltoffen, tätowiert – und frisch verheiratet. 2011 übernahm der 30-Jährige aus familiären Gründen den im kommenden Jahr 100 Jahre alten Familienbetrieb und führt ihn in vierter Generation. Ein Jahr lang absolvierte er damals seinen Meisterkurs parallel zur Arbeit im elterlichen Betrieb vier Tage pro Woche in der Abendschule an der Gewerbeschule in Durlach. Nehle Karcher (25) machte nach ihrer Fleischerlehre einige Praktika – z. B. in Argentinien, beim Karlsruher Fleisch-Experten Heiko Brath, beim Fleischpapst Lucki Maurer – und erwarb den Meistertitel 2018 an der Fleischerschule Augsburg. „Wir lernen

täglich voneinander“, sagt sie. „Viele Metzger orientieren sich an anderen. Ich wollte immer anders sein und das, was andere nicht haben. Und ich mache nur das, womit ich Geld verdienen kann“, bringt er es auf den Punkt. Das „Geschmacksfuhrwerk“ – eine „rollende Bühne“ – ist das Hauptgeschäft. Schon der Urgroßvater fuhr mit einem Fuhrwerk (Kutsche) nach Bruchsal auf den Wochenmarkt. 2016 nach eigenen Ideen maßangefertigt, ist es mittwochs und samstags dort im Einsatz. „Schon früh am Morgen ein Eyecatcher“, schwärmt Simon Karcher. Natursteinwand, Designerlampen mit warmen Licht, LEDs in der Klappe, freie Rückwände und vor allem das dreh- und herausziehbare Rondell „Hall of Fame“, mittig in der Theke, machen das Verkaufsmobil zum

attraktiven Showroom. Im Rondell ziehen Spezialbratwürste und edle Fleischcuts die Blicke auf sich und machen Appetit. In der Regel ist er selbst mit zwei Mitarbeitern vor Ort. „Wir sind ein beliebter Treffpunkt, die Leute unterhalten sich und werden unterhalten. Einen Namen macht man sich nur direkt und durch Persönlichkeit. Und Nehle Karcher ergänzt: „Kunden gewinnt man durch kompetente und besondere Beratung und nicht durch Standardratschläge.“

NICHTS VON DER STANGE

Das sechsköpfige Mitarbeiterteam, inklusive Mutter Karcher und ihnen beiden, hat gut zu tun. „Es gibt Spitzenzeiten, in denen jeder gefordert ist, es ist aber auch wichtig auf sich

Foto: Theimer



selbst zu achten“, sagt Simon Karcher: „Ich weiß, was wir jede Woche brauchen. Für uns zählen absolute Frische und hohe Qualität. Wir sind gerne ein kleines Team.“ Zerlege-, Produktions- und Verarbeitungstage sind Dienstag, Donnerstag und Freitag. Die Produktionsfläche für ihn und einen weiteren Mitarbeiter ist großzügig bemessen. Tierhälften und Teilstücke werden viermal pro Woche angeliefert. Schweinefleisch kommt seit sechs Jahren von der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall. Das Rindfleisch – Limousin, Angus und Simmentaler – stammt von langjährigen Landwirten aus dem Elsass sowie dem Raum Zweibrücken, wo auch der Schlachthof angesiedelt ist. Ausländische Fleischqualitäten wie Australian Aberdeen Angus, Irish Hereford oder American Black Angus liefern G&M Gourmet und Albers Food. „Speziell wird Fleisch durch das eigene Tun und die Geschichte, die man dazu erzählt“, betont er. Daher reifen Rind, Kalb, Schwein („Reife Schweinerei“) und Lamm bei konstanter Temperatur von 2 bis 3°C in keimfreiem Mikroklima in der 6 bis 7 m² großen individuell angefertigten Salzsteinreifekammer „Salt Ager“. Diese gibt es seit dem Ladenumbau 2017.

„Mindestens fünf, höchstens acht Wochen: Eine gute Reifung – abhängig von Fettgehalt und Marmorierung – ergibt einen nussigen, kernigen Fleischgeschmack“, berichtet Simon Karcher und erklärt, dass die Kammer abends wenn sie beleuchtet ist, besonders wirkt. „Wir essen selbst gerne gutes Fleisch und diese Leidenschaft versuchen wir auch den Kunden zu vermitteln“, ergänzt Nehle Karcher.

GLAUBWÜRDIG SEIN

Eine weitere Besonderheit sind die wöchentlich wechselnden Spezialbratwürste. Rund 20 Sorten gibt es, darunter den Klassiker „Großvaters Rostbratwurst“ mit einem Anteil Kalbsbrät, frischem Majoran und Zitrone. Drei bis sieben Sorten werden donnerstags bis samstags angeboten – im Laden und Verkaufsmobil. Auch Kalbs-, Lamm- oder Rehbratwürste zählen dazu, ebenso saisonale Varianten wie Bärlauch-Orange, Kürbis-Curry-Ingwer oder Wildkräuter-Gruyère. Die „grünen“ Weißwürste verdanken ihren Look und Geschmack viel frischer Blatt Petersilie. „Ein guter Metzger sollte auch gut kochen können“, ergänzt Nehle Karcher. All das vermitteln die beiden auch auf Instagram mit authentischen Bildern



KONZEPT



KARCHER – DEIN METZGER BRETEN-NEIBSHEIM

In vierter Generation geführter Familienbetrieb mit dem außergewöhnlichem Verkaufsmobil „Geschmacksfuhrwerk“, „Salt-Ager“-Salzsteinreifekammer, regionalen und internationalen Dry-age-Spezialitäten und dem Laden „Geschmackswerk“.

ERFOLGSFAKTOREN

- Persönliche Präsenz und Kontakt
- Gezielte Produktion, kleines Team
- Glaubwürdig, selbstbewusst und kompetent sein
- Identifikation mit Lebensmittel Fleisch und Beruf
- Mut zur Lücke; Alternativ-Produkt anbieten

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Cliptechnik:** Poly-clip System
- **Füller:** Frey Maschinenbau
- **Gewürze:** Frutarom Savory Solutions (Gewürzmüller), Hela
- **Kutter:** Seydelmann
- **Nudeln Zusatzverkauf:** Alb-Gold
- **Schweinefleisch:** Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall
- **Verkaufsmobil:** Borco Höhns
- **Wolf:** Mado

und Schnappschüssen aus ihrem Leben. Das Wichtigste sei es, glaubwürdig zu sein – und das sind sie. *mth*

www.dein-karcher.de



FLEISCH

METZGEREI
SCHLAG
*wenn's ebbes
Guats sei soll*



Schlagkräftige Schwaben

Mit Cleverness und Leidenschaft für ihr Handwerk ist die Metzgerfamilie Schlag seit fast 50 Jahren in Stuttgart eine feste Größe. Seit April erstrahlt der Laden am Stammsitz in neuem Look. „Wenn's ebbes Guats sei soll“, ist man hier goldrichtig.



Drei Generationen sorgen auch heute noch täglich dafür, dass es im Stammhaus und den gepachteten Filialen in Kornwestheim (seit 2010) und Stuttgart-Münster (seit 2005) regionaltypische Spezialitäten und wechselnde Mittagsgerichte gibt und ein ehrliches Handwerk gelebt wird: Großmutter und Gründerin Sigrid Schlag bringt ihren jahrzehntelangen Erfahrungsschatz im Laden und in der Küche für leckere Gerichte ein. Ihr Sohn, Metzgermeister Harald Schlag, und seine Schwester Regina führen den Betrieb gemeinsam. Ehefrau Petra Schlag ist ebenso wie ihre Schwägerin gelernte Fleischerlei-Fachverkäuferin sowie Fachberaterin für Ernährung. „Weiterbildung ist uns enorm wichtig“, sagt Laura Schlag (23), die nach ihrer Fleischerlehre beim ehemaligen baden-württembergischen Landesinnungsmeister Kurt Matthes ihren Meistertitel 2017 an der Fleischerschule Augsburg

Fotos: Theimer

erwarb. Seit August 2018 ist sie wieder fest im Familienbetrieb – das Diplom zum Betriebswirt des Handwerks folgt bald. Vater Harald bildete sich ebenso 2018 zum Fleisch-Sommelier weiter und bringt seitdem mit seiner Tochter immer wieder Neues in die Theke. Seit dem knapp vierwöchigen Umbau des Ladens gibt es nicht nur mehr Platz für die Mitarbeiter hinter der Theke, sondern auch allerlei neue Kreationen.



„Wurst hat bei uns einen großen Anteil. Seit dem Umbau verkaufen wir mehr Spezialitätenware. Der Showeffekt des Ladens macht sich bemerkbar“, berichtet der Metzgermeister. Beispiele dafür sind das von Laura kreierte „Mühlhäuser Vesperringle“, eine leicht angeräucherte Schinkenwurst im Naturdarm mit dem Stammhaus und der gegenüber gelegenen Veitskapelle auf dem Etikett oder die „Musikantenwurst“, eine grobe rote Bockwurst mit Petersilie und Käse, die entstand, als die im örtlichen Musikverein engagierte Metzgerfamilie ihren Musikkollegen einmal etwas Neues anbot. Harald Schlag erfand im Sommerkurs eine Parmesan-Bratwurst. Auch Cuscino und Kachelfleisch avancierten schnell zum lukrativen Geheimtipp für BBQ-Fans.

GEWUSST WIE

Eine weitere Besonderheit ist die gemeinsam mit der Metzgerei Klass aus Weinstadt betriebene Produktionsstätte. Als „Remstaler Wurstmanufaktur“ stellen beide Metzgereien ihre Spezialitäten seit zehn Jahren im 15 km entfernten Weinstadt-Großheppbach her. „Anfangs waren wir drei Kollegen, heute bin ich gemeinsam mit Herbert Klass der Geschäftsführer. Alles war eine Idee der Stuttgarter Innung und hat sich bis heute bewährt“, erklärt Harald Schlag. Sechs Mitarbeiter – darunter drei Metzgermeister – stellen dort montags bis freitags die benötigten Waren her. Schweine- und Rindfleisch kommen seit 2010 mehrheitlich von der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, Geflügelfleisch vom Geflügelhof Groß aus Bayern. „Wir produzieren jeden Tag frisch, das ist unser großes Plus. 75 % gehen in unsere Läden, 5 % in Gastronomie und Handel und 20 % zum Kollegen Klass“, sagt er. „Für klassische Wurstsorten wie Bierschinken oder Paprikalyoner nutzen beide Betriebe standardisierte Rezepturen, die Lyoner, das Maultaschenbrät oder die Fleischküchle unterscheiden sich

aber“, ergänzt seine Tochter. Für den neuen Laden am Stammhaus – das seit 1970 in Familienbesitz ist – wurde das in die Jahre gekommene Geschäft komplett entkernt. Zur Überbrückung gab es einen Verkaufswagen. „Nun ist alles zeitgemäßer und viel einfacher zu reinigen“, sagt Laura Schlag. Kastenförmige Glasaufsätze ersetzen schräge Theken. Zudem gibt es verschiedene Regale und Elemente für Zusatzartikel sowie einen Dry-Ager-Reifeschrank. Die Mittagsgerichte – etwa 100 bis 150 pro Tag – bestellen die Kunden vor. „Wenn es aber alle zwei Wochen Linsen, Spätzle und Saitenwürschtle gibt, sind es noch viel mehr“, schmunzelt die 23-Jährige. Und noch ein Highlight gibt es in der neuen Theke: „Ochsenfetzen am Spieß“ in leichter Pfeffermarinade, aus der hohen Rippe geschnitten, vier Wochen gereift, fein aufgeschnitten, blumenförmig zusammengedreht und aufgespießt.

OFFEN SEIN

Im Oktober 2020 werden es 50 Jahre in Stuttgart-Mühlhausen sein. „Mit Mittagsgerichten waren wir in den 1980er-Jahren einer der Pioniere. Dann haben wir viele Caterings gemacht – auch für große Unternehmen. Das haben wir aber aus personellen und privaten Gründen in den vergangenen fünf Jahren etwas reduziert“, sagt Harald Schlag. Heute holen die Kunden warme Speisen selbst ab – das funktioniere ebenso gut. Zudem werden viele Feste und Veranstaltungen mit Wurstwaren beliefert, auch Grills oder Equipment kann man sich ausleihen. Offen zu sein für Neues, aber auch Traditionelles bewahren – darin sind sich alle Familienmitglieder einig und blicken zuversichtlich in die Zukunft. *mth*
www.metzgerei-schlag.de

Bereichern die neue Theke: Mühlhäuser Vesperringle nach Lauras Idee; Cuscino und Kachelfleisch von ihrem Vater und Fleisch-Sommelier Harald Schlag.



KONZEPT

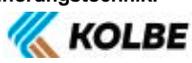
METZGEREI SCHLAG
– STUTTGART-MÜHLHAUSEN

In zweiter Generation geführter Familienbetrieb am nördlichsten Punkt Stuttgarts mit Stammhaus und zwei Filialen. Eigene externe Produktion etwa 15 km entfernt.

ERFOLGSFAKTOREN

- Qualität und Frische in der Theke
- Effiziente Produktion
- Mut zu Neuem und Veränderung
- Nachhaltig wirtschaften, gesund wachsen
- Vorangehen statt stehenbleiben

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bezahlautomat:** Siemens Nixdorf
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Frutarom Savory Solutions (Gewürzmüller), Hagesüd, Raps, AVO-Werke, Beck Gewürze & Additive
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Fessmann
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** Seydelmann
- **Ladenbau:** Aichinger 
- **Reifeschrank:** DryAger
- **Scherbenerzeuger:** Maja Maschinenfabrik
- **Schneide- und Zerkleinerungstechnik:** Kolbe Foodtec 
- **Spültechnik:** Winterhalter
- **Tumbler:** Rühle
- **Vakuumentchnik:** Multivac

Fotos: Theimer



sie dort am angestammten Platz keine Perspektive gesehen. Die Gründe seien vielfältig, z. B. die stärkere Fokussierung auf das Catering, Personalmangel, keine Parkplätze. „Einen großen Umsatzanteil konnten wir in unser zweites Geschäft mitnehmen. Dennoch hat sich die Gewichtung unserer Standbeine deutlich verschoben und der Partyservice ist jetzt mit nahezu 50 % ein wichtiger Umsatzbringer“, sagt Martin Lohff.

FÜR FEIERLAUNE

Elke Charlotte Lohff, Ehefrau von Christian Lohff, ist für das Catering-Geschäft zuständig. Sie war die treibende Kraft, als dieses Geschäftsfeld 1991 zur Fleischerei dazukam. Sie sagt: „In Kooperation mit der Eventagentur farcecrew events haben wir uns als ‚Lübeck Catering‘ einen hervorragenden Namen gemacht – und schnell gemerkt, dass wir das Cateringgeschäft in der Kommunikation von der Fleischerei trennen, z. B. mit eigener Website. Wer etwa ein Voll-Catering sucht, schaut nicht unbedingt zuerst beim Fleischer.“

Die 2008 eröffnete Ladenfiliale ist heute das Hauptgeschäft und befindet sich in einem kleinen Gewerbegebiet, nah am Ortskern. Die helle, nordisch geprägte, geradlinige Einrichtung macht schnell klar: Hier ist Geschmack zu Hause. Die angebotenen Fleisch- und Wurstsorten kommen zu 90 % aus der eigenen Produktion. Das Verhältnis von Fleisch- zu Wurstverkauf schätzt Christian Lohff, der vorrangig für den Verkauf zuständig ist, auf 50:50. „Wir verkaufen mehr Rind- als Schweinefleisch. Das kommt daher, dass wir beim Rindfleisch einen Bauern hier aus der Nähe haben, der uns belie-

Weniger kann mehr

Traditionelle Produkte, wie Original Holsteiner Katenrauchschinken, und Fertiggerichte in Dosen, wie Rinderrouladen in Sauce, sind Topseller der Fleischerei Lohff aus Lübeck-Travemünde. Traditionen zu hinterfragen, bedeutete für das Lohff-Team weiteren Erfolg.

Seit November 2018 ist das Ladengeschäft im Stammhaus geschlossen. Martin Lohff, der mit seinem Bruder Christian die Fleischerei führt, gibt zu: „Über die Schließung unseres Hauptgeschäfts haben wir ein Jahr nachgedacht. Letztendlich war diese Entscheidung mutig und wichtig, aber auch emotional anstrengend.“ Das Hauptgeschäft sei der umsatzstärkere Standort der beiden Läden gewesen, aber dennoch hätten



fert. Diese Qualität schätzen unsere Kunden.“ Martin Lohff berichtet, dass daraus die Idee der Workshops entstanden ist: „Die Kunden haben gefragt, wie man das Fleisch zerlegt. Inzwischen reichen für die Steak-Workshops meist drei Termine im Jahr nicht aus. Die Nachfrage ist sehr gut, auch als Junggesellenabende und Geburtstagsfeiern werden sie gebucht. Inzwischen sind weitere Workshops, z. B. Bratwurstherstellung, dazugekommen. Mein Bruder und ich gestalten diese Abende gemeinsam. Das passt gut, einer schneidet oder bereitet zu, der andere erklärt.“

Neben der Fleisch- und Wursttheke gibt es einen umfangreichen Imbissbereich mit Heißer Theke. Das Angebot umfasst neben einem Tagesgericht (zwischen 6,95 und 9,45 €) frische Suppen, Eintöpfe, Snacks, Salate und vegetarische Gerichte, außerdem Tagesaktionen, etwa montags Currywursttag oder dienstags Grillhähnchentag.

FÜR GUTEN UMSATZ

Im Lohff-Team arbeiten neun Mitarbeiter im Verkauf, zwei in der Küche im Laden, vier in der Wurstproduktion und zehn in der Catering-Küche. Die Produktion, auch für das Catering, befindet sich nach wie vor im Stammhaus im Travemünder Zentrum. Während der Woche werden neben den Firmencaterings täglich 250 bis 300 Schuessen gekocht. Elke Charlotte Lohff sagt: „An den Wochenenden sind wir immer mit Caterings ausgebucht. Wir haben uns auf Hochzeiten und Firmen-Events spezialisiert und können dafür zwei tolle, exklusive Locations anbieten. Bei denen stehen sogar Küchen vor Ort. So können wir in der Catering-Küche vorkochen und vor Ort alles finishen. Das Essen kommt dann auf den Punkt auf den Tisch, das ist ein großes Qualitätsplus.“ Aus der Wurstküche kommt neben Klassikern, wie Wiener und der in Norddeutschland beliebten Mettwurst, der Holsteiner Katen-schinken, für den die Fleischerei bekannt ist. Besonders umsatzstarke Produkte, die zusätzlich über den Webshop verkauft werden, sind Konserven und Gläser, z. B. Rinderrouladen in der Dose und Sauerfleisch im Glas. Neuerdings sind diese Produkte auch in zwei nahe gelegenen Edeka-Märkten erhältlich.

FÜR DIE ZUKUNFT

Christian Lohff ist Landeslehrlingswart im Fleischerverband Nord. Die gute Ausbildung

liegt ihm am Herzen und auch, dass die Landeswettbewerbe eine starke Fokussierung auf das Handwerk behalten und bis hin zur Auswahl der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks die Auszubildenden aus dem Handwerk, und nicht aus den Ketten oder der Industrie, kommen. Über die Schwierigkeiten, Lehrlinge zu finden, sagt er: „Ich hoffe, dass sich der Knoten irgendwann löst. Und dass sich die Lehrlinge, die unseren Beruf lernen wollen, bewusst für einen Betrieb entscheiden, sich ihre Fleischerei aussuchen.“ Er schaut nachdenklich und sagt: „Irgendwann müssen Eltern und Kinder sehen, dass nicht jeder studieren kann. Vielleicht sollte ich meine Mitarbeiter hinter dem Tresen einfach auch Key Account-Manager nennen.“

Heike Sievers

www.lohff.de

KONZEPT

FLEISCHEREI LOHFF – LÜBECK

Familienbetrieb mit Fokus auf Catering, außerdem Großhandel, Webshop und Workshops. Großes Engagement für die Ausbildung. Förderer der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks.

ERFOLGSFAKTOREN

- Konstant hohe Qualität ohne Kompromisse
- „Wir machen lieber weniger, aber das, was wir tun aus Überzeugung und mit hohem Anspruch.“
- Vernünftige Betriebswirtschaft: immer rechnen, nicht nach Gefühl arbeiten
- Dreier-Team-Konstellation mit klaren Kompetenzen

PROFI-PARTNER

- Cliptechnik: Tipper Tie
- Entschwarzer: Maja Maschinenfabrik
- Füller: Handtmann
- Gewürze: AVO-Werke, Hagesüd, Hela
- Kassensystem: Bizerba
- Kochkessel: Korimat
- Kombidämpfer: Rationa
- Kutter: Rex Technologies
- Kühlfahrzeug: Kiesling Fahrzeugbau, Fiat
- Ladentheke: Schrutka-Peukert
- Pökelinjektor: Günther Maschinenbau
- Räuchertechnik: Maurer-Atmos Middleby
- Schalensiegler: Duni
- Spültechnik: Winterhalter
- Wolf: Seydelmann
- Vakuumiertechnik: Boss



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
Garmischer Str. 7 • 80339 München
muc@blmedien.de
www.gastroinfoportal.de

Das Magazin für den Trendmarkt



Sandra Stöckle ist bei Edna International für den Bereich Online Sales verantwortlich.

ANREIZE SCHAFFEN

Regionales Superfood, Cross-Selling oder mehr Umsatz durch Optik? Im Interview gibt Sandra Stöckle von Edna International praktische Tipps zu diesen Schlagworten.

Die Heiße Theke ist ein Muss. Wie gelingt es Fleischereien nach dem Motto „Umsatz durch Optik“ mehr zu erwirtschaften?

Neben der optischen und räumlichen Abtrennung von Heiße Theke und Wurst- bzw. Fleischtheke, sollte es, wenn möglich, Sitz- oder Stehplätze zum Verzehr direkt vor Ort geben. Täglich wechselnde Produkte oder Tagesmenüs, geschmackvoll und reizvoll im richtigen Licht präsentiert – auch mit Gemüse oder Salat –, steigern die Aufmerksamkeit der Kunden. Möglichst kurze Standzeiten, der Einsatz von Angebotsständern oder Bildschirmen sowie nachhaltiges Verpackungsmaterial für das To-go-Geschäft sind weitere wichtige Punkte. Es müssen nicht immer nur Kaisersemmeln sein; man sollte die Vielfalt an Backwaren voll ausnutzen. Wer etwa Brötchen in einer größeren Variante wählt und als XXL zum deutlich höheren Preis verkauft, steigert seinen Gewinn. Mit Hot Dogs oder Burgern spricht man junge Kunden an.

In anderen Bereichen des Außer-Haus-Marktes ist Cross-Selling die Regel. Warum und

wie können Fleischereien auch mit süßen Angeboten punkten?

Süße Plunder, Donuts oder Muffins sind für Metzgereien interessant, die eine Schule oder Kita in der direkten Umgebung haben oder Kunden umliegender Firmen mit einer Zwischenverpflegung verwöhnen möchten. Da Kunden in Metzgereien eher nicht mit süßen Angeboten rechnen, schafft man durch deren gezielte Präsentation einen Kaufanreiz und ergänzt sein Angebot über den ganzen Tag hinweg sinnvoll – vorausgesetzt, es ist kein Bäcker in der Nähe. Gibt es auch Coffee-to-go, lässt sich der Umsatz so leicht steigern.

Welche Vorteile hat geschnittene Ware im Alltag an der Theke?

Einfaches und schnelles Handling durch auf-tauen, belegen und verkaufen. Die Produkte sind sofort ohne großen Personalaufwand einsetzbar, kalkulationssicher und hygienisch sauber, da nichts bröseln.

Ein Dauertrend ist das Thema Nachhaltigkeit. Sie bieten regionales Superfood an – im Gegensatz zu Chia-Samen oder Gojibeeren. Warum?

Ein Fleischer vor Ort steht für Rationalität, Qualität, Frische und Nachhaltigkeit. Hier geht es um die Verarbeitung der Tiere aus der

Region, das damit verbundene Tierwohl oder die geringere Klimabelastung durch den Wegfall langer Transportwege. Viele Metzgereien bieten ohnehin regionale Waren wie Eier, Nudeln oder Käse an – oft aus biologischem bzw. nachhaltigem Anbau. Was passt da besser dazu als regionales Superfood? Das möchten auch wir unterstützen und bieten daher etwa ein Baguette an, das zu 100 % aus Roggensauerteig hergestellt wird, oder Spezialitäten aus dem Better Life-Sortiment wie unser Haferbrötchen oder das glutenfreie „2ab Urweizen-Brötchen“.

Warum sollten Kunden aus dem Fleischerhandwerk Catering und Partyservice anbieten?

Weil es ein aufstrebender Geschäftsbereich ist. Unsere Kundenanfragen steigen hier stark, die Nachfrage ist groß und nimmt weiter zu. Metzgereien sollten ihre frischen Fleisch- und Wurstwaren und Convenience-Produkte überlegt und gezielt in Kombination einsetzen. Wir bieten z. B. süßes und herzhaftes Fingerfood, Mini-Brötchenmischkisten oder Burger in 5 und 4 Inch für BBQ-Events oder andere Großveranstaltungen an. Interessierte berät unsere auf Fleischer bzw. Metzgeranfragen spezialisierte Kollegin Melanie Schutzbier. *mtH*

Vielen Dank für das Gespräch.

www.edna.de



**Poly-clip System
Für kleine Kaliber**

Der automatische Doppelclipper FCA 60 von Poly-clip System eignet sich für alle, die Snackprodukte mit einem kleinen Kaliber (18 bis 80 mm) herstellen möchten. Mit bis zu 125 Takten/Min. produziert die Maschine eine breite Palette an Wurstwaren. Sie verschleißt Faserdärme bis zu 48 mm (je nach Materialstärke), Kollagendärme bis 65 mm sowie Kunststoffdärme bis 80 mm und verarbeitet R-ID-Clips der Serien XS, S und M. Der darmschonende Linearverdränger minimiert Platz; es gibt keine Unterbrechungen und keinen Produktverlust. Die Bedienelemente sind für produktspezifische Einstellungen übersichtlich angeordnet. Die Förderbandgeschwindigkeit ist stufenlos einstellbar. Große Öffnungen, Klappen und glatte Oberflächen erleichtern die Reinigung. Der Clipper ist auch für geformte und überstreute Produkte nutzbar. www.polyclip.de

**Eloma
Kompaktes Know-how**

Auf der „Host“ in Mailand stellte Eloma mit dem neuen „Joker“ einen Allrounder vor, der als Heißluftgerät, Backofen oder Kombidämpfer in den Gerätegrößen GN 2/3, GN 1/1 und BN 43 konfiguriert werden kann. Das ursprüngliche Modell kam 1998 als erster kompakter Kombidämpfer überhaupt weltweit auf den Markt. Diese Kompetenz hat das Unternehmen weiterentwickelt und überträgt nun die Tradition in die Moderne. Die Breite von 52 cm sowie Zuverlässigkeit und Bedienerfreundlichkeit wurden um die Merkmale Modularität, Flexibilität und Design ergänzt. Durch modulare Auswahlmöglichkeiten in der Konfiguration entscheidet der Kunde, was er braucht. Steuerungsmodul oben, links oder rechts? Hier sind die bewährte MT-Technologie mit erweiterten Funktionen und Betriebsarten oder die ST-Steuerung wählbar. Gleiches gilt für das Reinigungssystem oder die Optik, wobei das Design-Modul zum Hingucker wird. www.eloma.com



**K+G Wetter
Flexibel und sauber**

Ähnlich einer Revisionsklappe ermöglicht die großzügige Öffnung „Easy Access“ im Winkelwolf und Misch-Winkelwolf E 130 / G 160 von K+G Wetter einen direkten Zugang zum Trichter. Die Mitarbeiter „bücken“ sich leicht in die Maschine hinein, um etwa Gewürze nachzufüllen, die Maschine zu säubern oder die Mischwelle und Zubringerschnecke ein- oder auszubauen. Die Mischkapazität des Misch-Winkelwolfs beträgt bis zu 190 kg Fleisch. Auch vorzerkleinertes Gefrierfleisch bis -8°C kann so gewolft werden. Den schnellen Wechsel des Schneidsatzes ermöglicht eine Bajonett-Verschlussmutter. Clever ist auch die Sortiereinrichtung. Hartanteile werden über einen seitlichen Austrag ohne Schlauch aussortiert und können kontrolliert werden. Dieses Feature ist so konzipiert, dass sowohl die manuelle als auch die pneumatische Einrichtung in Sekunden komplett ein- bzw. ausgebaut werden kann. www.kgwetter.de



**Convotherm
Mini mit Frontabzug**

Der Convotherm mini zeigt sich mit der neu entwickelten Abzugshaube in einem neuen Look. Die mini-Kondensationshaube Pro fängt Dampf effektiv beim Öffnen der Gerätetür und aus dem Abluftstutzen ein und sorgt so für ein besseres Klima. Die leistungsstarke Frontabzugshaube kann mit dem Absaugen der



Dämpfe schon vor dem Öffnen der Türen beginnen. Vor allem Speisen mit hohem Feuchtigkeitsgehalt, z. B. Hähnchen, können so bei besserem Raumklima zubereitet werden. Während des Garvorgangs läuft das Gebläse auf Standby, erst kurz vor Ablauf des Programms und nach dem Öffnen der Tür saugt das Gerät mit voller Leistung ab. Ältere Geräte sind mithilfe eines Retrofit-Kits leicht auf die neue Technik umzurüsten. Die Kondensationshaube ist wie die kleinen Alleskönner in Silber sowie in Schwarz (mini black) bestellbar. www.convotherm.com

**Vemag Maschinenbau
Klassiker verbessert**

Erst Nürnberger, dann Krakauer, dann Cocktailwürstchen – für kleinere Chargen und häufige Produktwechsel eignet sich der Vakuümfüller Robby von Vemag Maschinenbau. Der zweiteilige, leicht zugängliche Trichter wurde komplett neu entwickelt: Das Beladen erfolgt schnell und ergonomisch. Durch die optimierte Produktzuführung reduziert der Füller Restmengen um bis zu 30 % und sorgt so für minimalen Ausschuss und ein spürbares Mehr an verkauften Produkten. Alle Eingaben werden direkt am 12“-Touchscreen getätigt. Der leistungsstarke Servomotor besitzt genug Kraft, um auch kalte und feste Massen wie Rohwurst zu verarbeiten. Mit einer Füllleistung von bis zu 2.300 kg/h ist Robby ein zuverlässiger Partner. Mit Füllrohren, Darmhalte- und Längenportioniervorrichtungen sowie Füllköpfen aus dem Vemag-Baukastensystem lässt sich der Vakuümfüller rasch an unterschiedliche Aufgaben anpassen. www.vemag.de



Fotos: Poly-clip System, Eloma, K+G Wetter, Convotherm, Vemag Maschinenbau

KOMBIDÄMPFER REINIGEN



Nach getaner Arbeit fordert ein Kombidämpfer seinen Tribut; die Reinigung steht an. Passend zu jedem Gerät empfehlen die Unternehmen entsprechende Reinigungsmittel – viele davon sind Spezialreiniger und stark ätzend. Wir haben bei den Herstellern nachgefragt.



Anja Halbauer, PR Manager, MKN

Welche Vorteile bieten die auf die Geräte zugeschnittenen Reiniger und was passiert, wenn keine „hauseigenen“ Produkte zur Reinigung verwendet werden?

Ein wesentlicher Vorteil ist, dass der Reiniger auf das Gerät und das entsprechende Reinigungsprogramm abgestimmt ist. Bei unserem WaveClean Reinigungssystem bedeutet einmal reinigen eine Kartusche. Das schafft Kostentransparenz und einwandfreie Hygiene. Auch die dreifach isolierte Garraumtür wird mitgereinigt, so ist kein händisches Nachreinigen erforderlich. Die Einsparung von Arbeitszeit ist also ein weiterer Vorteil. Auch wird durch die Verwendung der empfohlenen Reiniger eine Fehldosierung vermieden.

Viele der angebotenen Spezialreiniger sind stark ätzend. Muss das sein oder gibt es weniger aggressive Alternativen, im eigenen Haushalt tut es z. B. auch die Wunderwaffe Essig?

In der Profiküche befinden sich die Geräte im Dauereinsatz und sind teilweise einer recht hohen Verschmutzung ausgesetzt. Für eine einwandfreie Hygiene und eine nach HACCP sichere Sauberkeit ist daher der Einsatz von Spezialreinigern erforderlich.

Wie sollten Mitarbeiter, die mit solchen Substanzen arbeiten, schützen?

Mit dem WaveClean System der MKN-Kombidämpfer kommt der Anwender mit den Chemikalien gar nicht in Berührung. Denn Reiniger und Klarspüler befinden sich in der Kartusche unter einer versiegelten Wachsschicht. Der Anwender muss lediglich die Kartusche einsetzen und das Programm starten.



Michel Lorenz, Corporate Chef & Anwendungsberater, Rational Deutschland

Welche Vorteile bieten die auf die Geräte zugeschnittenen Reiniger und was passiert, wenn keine „hauseigenen“ Produkte zur Reinigung verwendet werden?

Unsere Reinigungs- und Pflegeprodukte sind speziell auf unsere Gerätetechnik abgestimmt und garantieren höchste Reinigungskraft und damit ein Maximum an Hygienesicherheit. Hochwirksame Pflegesubstanzen in unseren Care-Tabs schützen und verlängern die Lebensdauer des SelfCookingCenter. Darin enthaltene Kalklöser verhindern Kalkablagerungen. In der Regel ist somit keine externe Entkalkungsanlage nötig. Wenn keine Rational-Produkte genutzt werden, besteht die Gefahr von Verätzungen im Garraum sowie ungenügende Reinigungsergebnisse. Auch eine Übertragung der Reinigungsmittel auf Lebensmittel ist nicht ausgeschlossen.

Viele Spezialreiniger sind stark ätzend. Gibt es Alternativen?

Das vollautomatische Reinigungs- und Pflegesystem im SelfCooking Center erkennt den Verschmutzungsgrad und schlägt die effizienteste Reinigungsstufe und optimale Menge an Reiniger und Entkalker vor. Damit werden vorab immer nur die Reinigungsgänge durchgeführt, die wirklich notwendig sind. Aufgrund der starken Beanspruchung der Geräte geht es hier nicht ganz ohne chemische Zusätze. Eine regelmäßige Reinigung verlängert zudem die Lebensdauer der Geräte. Zur Reinigung des VarioCookingCenter braucht man in der Tat nur einen Schwamm und einen Essigreiniger. Das Gerät verfügt über eine integrierte Handbrause, womit die Tiegel anschließend hygienisch ausgesprüht werden können. So dauert die manuelle Reinigung zwei Minuten und das bei minimalem Wasserverbrauch.

Wie sollten Mitarbeiter, die mit solchen Substanzen arbeiten, schützen?

Handschuhe sind dabei ein absolutes Muss. Und natürlich müssen generelle Vorschriften zur Betriebssicherheit beachtet werden.



Christoph Muhr, Teamleitung Marketing & Kommunikation, Palux

Welche Vorteile bieten die auf die Geräte zugeschnittenen Reiniger und was passiert, wenn keine „hauseigenen“ Produkte zur Reinigung verwendet werden?

Unsere Reiniger und der Reinigungsprozess sind ideal auf die Wassermenge und die zu reinigende Oberfläche abgestimmt. So ist sichergestellt, dass der Reiniger richtig dosiert ist und nicht zu viel oder zu wenig verwendet wird. Außerdem gilt es, das Laugenverhältnis zu beachten. Werden bei der Reinigung alle wesentlichen Faktoren berücksichtigt, ergibt sich ein optimaler Kundennutzen.

Viele der angebotenen Spezialreiniger sind stark ätzend. Muss das sein oder gibt es weniger aggressive Alternativen, im eigenen Haushalt tut es ja z. B. auch die Wunderwaffe Essig?

Haushaltsreiniger sind generell nicht für die Palux-Geräte geeignet. Durch die Verwendung von Essig würde z. B. schlimmstenfalls Rostgefahr bestehen, außerdem überträgt er seinen Geruch auf das Produkt oder die Lebensmittel im Dämpfer. Mit den professionellen Palux-Reinigungsmitteln sind Anwender immer auf der sicheren Seite: Sie sind chemisch so aufbereitet, dass sie die Herausforderungen im Garraum meistern, bis der gesamte Innenraum wieder hygienisch und neutral ist, ohne Rückstände und Geschmacksübertragung.

Wie sollten sich die Mitarbeiter, die mit solchen Substanzen arbeiten, schützen?

Mitarbeiter sollten sich beim Umgang mit den Reinigungsmitteln immer schützen. Handschuhe und Schutzbrille sind etwa beim Umfüllen der Flüssigreiniger oder beim Wechsel der Kanister Pflicht. Das Trockenreinigungsmittel ist in der Handhabung etwas einfacher, da eine Dosierflasche den direkten Kontakt mit dem Reiniger verhindert. Zwar wird der Reiniger hier über eine Schüttdosierung eingeteilt, sicherheitshalber sollten Anwender aber auch hier Handschuhe tragen.



Thomas Schwelch, Trade Marketing Specialist, Electrolux Professional

Welche Vorteile bieten die auf die Geräte zugeschnittenen Reiniger und was passiert, wenn keine „hauseigenen“ Produkte zur Reinigung verwendet werden?

Nur durch den Einsatz der eigenen Reinigungsmittel ist ein zufriedenstellendes Ergebnis gewährleistet. Zwar ähneln sich die Inhaltsstoffe der Reinigungsprodukte, aber es kommt auf die konkrete Rezeptur und die jeweiligen Konzentrationen an. Und auch die Dosierung muss

auf das Gerät abgestimmt sein. Der Einsatz von anderen Mitteln birgt das Risiko, dass chemische Prozesse entstehen, die z. B. in den Schläuchen oder Pumpen Ablagerungen bilden.

Viele der angebotenen Spezialreiniger sind stark ätzend. Muss das sein oder gibt es weniger aggressive Alternativen, im eigenen Haushalt tut es ja z. B. auch die Wunderwaffe Essig?

Essig ist für den Fall keine brauchbare Lösung. Die Herausforderung heißt: Die Balance zwischen effektiver Reinigung und möglichst geringer Dosierung zu halten. Natürlich kommen bei der Reinigung auch die Faktoren Zeit und Temperatur sowie die Mechanik – beispielsweise der Wasserdruck – zum Tragen. Sind diese Faktoren richtig aufeinander abgestimmt, ist auch das Ergebnis in Ordnung.

Wie sollten sich die Mitarbeiter, die mit solchen Substanzen arbeiten, schützen?

Direkter Kontakt ist zu vermeiden. Als praktikable Lösung hat sich die extern montierte Gebinde- montage bewährt. Bei direktem Hantieren sind Schutzbrille und Handschuhe angebracht.



Thorsten Drenge, Business Development Manager Cooking, Hobart

Welche Vorteile bieten die auf die Geräte zu-

geschnittenen Reiniger und was passiert, wenn keine „hauseigenen“ Produkte zur Reinigung verwendet werden?

Hobart hat sich bei der Entwicklung intensiv mit den Wünschen der Kombidämpfer-Nutzer auseinandergesetzt und sich daraufhin für eine flüssige Lösung entschieden. Dieses Produkt ist Reiniger und Klarspüler in einem. Sollten Kunden Reiniger anderer Hersteller nutzen wollen, empfehlen wir, die Eignung vor allem in Bezug auf die Wirkungsweise bei den Hobart-Reinigungsprogrammen vorab von uns prüfen zu lassen.

Viele der angebotenen Spezialreiniger sind stark ätzend. Muss das sein oder gibt es weniger aggressive Alternativen, im eigenen Haushalt tut es etwa auch die Wunderwaffe Essig?

Wie man am Beispiel der Haushaltsreiniger, die z. B. Essig enthalten, sehen kann, schließen sich ökologische Verträglichkeit und Wirkungsweise grundsätzlich nicht aus. Aber die schnelle, gründliche Wirkungsweise und die einfache Handhabung ohne manuelles Reinigen stehen in gewerblichen Küchen im Vordergrund. Aus unserer Erfahrung ist außerdem die optimale Abstimmung der Reinigungsmittel auf die Oberflächenbeschaffenheit im Innenraum des Kombidämpfers entscheidend.

Wie sollten sich die Mitarbeiter, die mit solchen Substanzen arbeiten, schützen?

Im Fall unserer HLC-Mittel ist ein besonderer Schutz nicht notwendig, da wir ein geschlossenes System anbieten. Das heißt, die Mitarbeiter können gar nicht in den Kontakt mit dem Reinigungsmittel kommen. Denn in den Schraubverschluss der Reiniger-Kanister wird der Schlauch hineingesteckt, über den sich der Kombidämpfer dann das Mittel direkt herauszieht.



IMPFFEN

STATT MESSER

Stichwort Ferkelkastration. Die Universität Hohenheim untersucht Alternativen zur bisher üblichen, schmerzhaften Ferkelkastration ohne Betäubung: ein Plädoyer für die Immunokastration.

Zwei kleine Pikse statt zweier schmerzhafter Schnitte – eine tierfreundliche Alternative zur chirurgischen Ferkelkastration ohne Betäubung gibt es längst. Bei der Immunokastration impfen Landwirte männliche Ferkel in zwei Schritten, so dass diese zum Schlachtzeitpunkt mit Tieren vor der Pubertät vergleichbar sind. Obwohl dies zugelassen ist und die Tiere schont, tut

sich der Markt mit dem Verfahren noch schwer. Wissenschaftler der Universität Hohenheim in Stuttgart koordinieren seit 1. September 2017 ein europaweites Forschungsprojekt (SuSI), das diese Methode vorantreiben soll – damit sie wettbewerbsfähiger, umweltfreundlicher und noch mehr auf das Tierwohl ausgerichtet wird. Das Bundesministerium für Ernährung

und Landwirtschaft (BMEL) fördert das Projekt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) mit fast 1,3 Mio. Euro. An der Universität Hohenheim sind es gut 283.000 Euro Fördergelder, die das Projekt zu einem Schwergewicht der Forschung machen.

Es ist derzeit eine der größten Herausforderungen für die Schweineproduktion in Europa: Die bisherige Praxis, Ferkel ohne Betäubung zu kastrieren, ist mit heutigen Tierschutz-Standards unvereinbar. Das Problem: Die Beteiligten sind sich nicht darüber einig, welche alternative Methode die beste ist. „Tatsache ist, dass das Problembewusstsein allgemein in Europa gestiegen ist“, erklärt Prof. Dr. Volker Stefanski, Experte an der Universität Hohenheim. „Aus Sicht des Tierwohls gibt es eine Methode, die den Ansprüchen am besten gerecht wird: die Immunokastration, bei der die Tiere gegen den Ebergeruch geimpft werden.“ Sie stünde sofort zur Verfügung, sei seit 15 Jahren zugelassen und etwa in Belgien weit verbreitet.“ Dennoch wird sie in Deutschland noch kaum praktiziert. Um das zu ändern, untersucht der Professor gemeinsam mit seinen Hohenheimer Kollegen apl. Prof. Dr. Ulrike Weiler, Prof. Dr. Korinna Huber, Prof. Dr. Ludwig Hölzle, den Doktoranden Linda Wiesner und Kevin Kress sowie sieben Partnerinstitutionen aus Europa, wie sich die Methode optimieren lässt. Der Titel des Forschungsprojektes: SuSI – ein Kürzel für „Sustainability in Pork Production with Immunocastration“.

NICHT TIERSCHUTZGERECHT

Ebermast, Kastration unter Vollnarkose und unter lokaler Betäubung – alle anderen Alternativen stellen aus Tierschutz-Sicht keinen wirklichen Gewinn dar, bestätigt Prof. Dr. Weiler. „Bei der Mast unkastrierter Eber stellt der unangenehme Ebergeruch, den das Fleisch mancher Eber aufweist, nur ein Problem dar“, so die Expertin. „Ohne Kastration zeigen die Tiere ein wesentlich aggressiveres Verhalten. Vor allem Penisbeißen ist weit verbreitet: Etwa jedes zehnte Tier trägt hochgradige Verletzungen davon, oft schmerzhafter als eine chirurgische Kastration.“ Bei einer Kastration unter Vollnarkose sind nicht hohe Kosten das Problem; „Bei einer Gasnarkose hat rund ein Fünftel der Tiere keine ordentliche Betäubung“, erläutert Prof. Dr. Weiler. „Außerdem haben die Ferkel nur wenig Energiereserven und müssen halbstündlich trinken. Sie verpassen also Mahlzeiten und werden dadurch geschwächt. Darüber hinaus steigt die Gefahr, dass sie von der Mutter erdrückt werden.“ Auch die oft propagierte lokale Betäubung durch Landwirte sieht sie kritisch: „Die An-

ästhesie selbst ist schon schmerzhaft und sogar für Tierärzte nicht ganz einfach. Die Methode ist also nicht nur unzuverlässig, sie kann den Tieren sogar mehr Stress verursachen als die bisherige Praxis.“

MANGELNDE AKZEPTANZ

Nach Ansicht der Forscher ist daher die Immunokastration die Methode der Wahl. Dabei erhält der Eber zwei Impfungen, die das Immunsystem zur Bildung von Antikörpern gegen körpereigene Hormone anregen. Nach der zweiten Impfung wird die Hormonproduktion eingestellt, der Pubertätseintritt verzögert sich. Die Kosten betragen rund 2,50 € pro Injektion. Der Landwirt darf sie selbst durchführen. „Eigentlich dient die Methode dem Verbraucherschutz und dem Tierschutz gleichermaßen“, meint Prof. Dr. Stefanski.

Dass sie aber in Deutschland bisher kaum praktiziert wird, sieht er vor allem in der mangelhaften Marktakzeptanz, denn Einzelhandel und Schlachtbetriebe lehnen die Produkte bisher meist ab. „Das Verfahren bedeutet zudem eine Veränderung in der Produktionskette“, erläutert er. „Jetzt führt der Ferkelproduzent die Kastration durch, doch die Immunokastration findet später statt. Der Arbeitsschritt und die Kosten werden daher auf den Mäster übertragen – diese Veränderung bringt Unsicherheit mit sich.“

Im Projekt SuSI wollen die Forscher alle drei Säulen der Nachhaltigkeit – Wirtschaft, Umwelt und soziale Aspekte – bei der Immunokastration weiter optimieren: Sie soll wettbewerbsfähiger und umweltfreundlicher werden sowie das Tierwohl und damit die Wünsche der Verbraucher bestmöglich berücksichtigen. „Bereits jetzt können wir sagen, dass die Immunokastration in vielerlei Hinsicht besser abschneidet als die anderen Methoden“, ergänzt der

Die Versuchstiere

Im SuSI-Projekt werden Masthybriden (Pietrain/Deutsche Landrasse) eingesetzt. Die Tiere sind eine Eigenanzucht des Unteren Lindenhofs, der Versuchsstation der Universität Hohenheim. Nach rund sechs Monaten werden die Tiere, wie ihre Artgenossen aus normalen Mastbetrieben, geschlachtet. Dies findet am Bildungs- und Wissenszentrum Boxberg (Landesanstalt für Schweinezucht LSZ) statt. Schweine waren laut Versuchstiermeldung 2017 mit 237 Tieren das dritthäufigste Versuchstier an der Universität Hohenheim; nach Hühnern (4.705 Tiere) und Hausmäusen (603 Tiere).



Bei einer Studie der Universität Hohenheim stehen vor allem Aspekte des Tierwohls im Vordergrund. Die Untersuchung endet im August 2020.

Professor. „Die Umweltbilanz ist jetzt schon besser und bezüglich Magengeschwüren sind die Tiere unauffällig, was auf wenig Stress schließen lässt.“ Die Immunokastration, so der Experte, zeigen insgesamt ein wesentlich weniger aggressives Verhalten. „Sie reiten außerdem kaum auf Buchtengegnossen auf und schachten kaum aus. Verletzungen durch Penisbeißen sind daher selten.“ Kurzum: Nach bisherigem Kenntnisstand ist die Immunokastration zuverlässig und bewirkt eine positive Verhaltensänderung.

PROJEKT IN HOHENHEIM

An der Universität Hohenheim steht vor allem der Aspekt des Tierwohls im Vordergrund. An der Versuchsstation Unterer Lindenhof haben die Wissenschaftler rund 140 Schweine im Versuch – unkastrierte Eber, Immunokastration und klassisch kastrierte Tiere. Jeweils

ein Teil der Tiere lebt unter Bedingungen, die der ökologischen Haltung entsprechen, ein anderer Teil wird unter konventionellen, stabilen Bedingungen gehalten. Der dritte Teil wird so gehalten, wie es in der Praxis auch häufig gehandhabt wird: konventionelle Haltung, aber mit Umstallung nach der Immunisierung – wobei die geänderte Zusammensetzung der Grup-

pen für die Tiere ein Stressfaktor ist. Wie sich das auf die Tiere auswirkt, ermitteln die Forscher anhand verschiedener Faktoren. Sie beobachten, wie sich jeweils das Aggressions- und Sexualverhalten verändert. Sie entnehmen Blutproben um zu überprüfen, ob Antikörper nach der Immunisierung vorhanden sind, die die männlichen Geschlechtshormone unterdrücken, und ermitteln, ob das individuelle Verhalten mit dem Hormonspiegel korreliert. Nach der Schlachtung der Tiere untersuchen die Veterinärmediziner Prof. Dr. Ludwig Hölzle und Prof. Dr. Korinna Huber die Darmgesundheit und die Zusammensetzung der Mikroorganismen im Darm der Tiere. Sie prüfen auf Magengeschwüre und verschicken Proben an Partnerinstitutionen: Das Fleisch untersuchen slowenische Partner sensorisch, Kotproben gehen zu einem belgischen Partner für die Umweltbilanz. Bis zum Ende des Projektes wollen die Partner Erkenntnisse zur Ernährung der Immunokastration gewinnen. Das Ziel der Forscher ist eine bessere Umweltbilanz mit weniger Stickstoffausscheidung und einer besseren Treibhausgasbilanz. Zudem sollen die Wirtschaftlichkeit des Verfahrens verbessert, die Verbraucherakzeptanz untersucht und eine hohe Produktqualität gewährleistet sein.

www.uni-hohenheim.de

fleisch
net.de

NEU

Schauen Sie selbst mal rein!
www.fleischnet.de

SEO-optimierte
Architektur für
Ihren Content



Silikal

SICHERHEIT AUF DAUER

Der Um- oder Neubau von Kühlräumen – egal ob in der Peripherie oder im Laden – erfordert höchste Professionalität. Alles aus einer Hand ist ein Ansatz, der Erfolg verspricht.

Nicht nur aufgrund jüngster Listerien-Skandale ist das Thema hygienische Sicherheit bei der Lagerung und Produktion von Fleisch- und Wurstwaren in der Öffentlichkeit präsenter denn je. Auch Fleischereien gelangen durch solche oder andere schwarze Schafe in Misskredit. In der Folge wird die Politik Lebensmittelkontrollen sicher verschärfen. Daher ist es wichtig, sich in Sachen Kühlraumbau eingehend zu informieren und die Herausforderungen mit dem gewählten Partnerunternehmen gemeinsam zu meistern. „Die Tendenz geht weiter hin zur Qualitätsware und hochwertigen Produkten. Ebenso wächst der Convenience Food-Sektor, darauf muss auch der Kühlraum im Hintergrund ausgerichtet sein. Dazu kommt das wachsende Imbiss-Angebot mit warmen Mittagsgerichten. Vorbereitungs- und Kühlräume müssen diesem Angebot in ihren Funktionsweisen Rech-

nung tragen – den Hygienebedingungen zur Einhaltung einer lückenlosen Kühlkette“, betont Fabian Bednarz, Vertriebsleiter bei *Kramer Kühlraumbau* aus Umkirch. Der hygienische Aspekt spielt bei vielen solcher Unternehmen eine zentrale Rolle. Für *Mahr Bauelemente* aus Neustadt a.d. Aisch aber steht die „fugenlose Metzgerei“ im Fokus allen Handelns: „Die Anforderungen unserer Klientel wächst mit den fortschreitenden Anforderungen an Hygienebereiche und die Personalsituation. Wir haben ein System entwickelt bei dem komplett auf Weichfugen und Silikone verzichtet werden kann. Auch Hohlräume in Ecken etc. gehören so der Vergangenheit an“, berichtet Geschäftsführer Michael Wirth. Hygiene ist auch bei der Wahl des Fußbodens ein wichtiger Faktor. Hier eignen sich beispielsweise die poredichten, fugenlosen Reaktionsharz-Beschichtungen von *Silikal*. Meist ohne Unterbrechung für

den laufenden Kühlbetrieb lassen sich diese aufbringen oder schadhafte Stellen reparieren – bis zu -25°C. Nach einer Stunde sind neue Beschichtungen im Kühlhausbereich ausgehärtet und voll belastbar. Das Aufbringen kann ohne Beeinträchtigung für den Kühlbetrieb während der Feierabendstunden oder am Wochenende stattfinden. Gleiches gilt für Ausbesserungen einzelner Flächenbereiche mit dem Reparaturmörtel-System *Silikal R 17*.

Einen anderen Aspekt nennt Wolfgang Walcher, Geschäftsführer von *Walcher Kühlraumbau* aus Wolpertswende: „Die Energieeffizienz von Gebäuden bzw. Produktionsanlagen rückt im Hinblick auf die Klimaentwicklung in den Fokus. So werden u. a. die Optimierung der Produktionsabläufe sowie der Klimazonen von großer Bedeutung sein. Bei Planung und Umsetzung berücksichtigen wir das entsprechend. Wir setzen qualitativ hochwertige und FCKW-freie Komponenten dafür ein.“



Dry age-Kühlraum von Kramer

KLIMAREIFUNG IM LADEN

Seit den 1930er-Jahren verfolgt Kramer das Motto „Kühlraumbau komplett aus einer Hand“. „In der Metzgereibranche ist es sehr wichtig, dass Kühlräume langlebig sind. Diese Betriebe haben ganz andere Investitionszyklen als große fleischverarbeitende Betriebe und legen größten Wert darauf, dass der Kühlraum so lange wie möglich optisch und funktional intakt ist. Zudem spielt die energiesparende Funktionsweise eine große Rolle“, sagt Fabian Bednarz. Das Unternehmen erarbeitet kundenspezifische Konzepte und baut Kühlräume und -lager in al-

Eine von Mahr Bauelemente umgesetzte Eckkehle.



Walcher Kühlraumbau



len Größen und Ausführungen. „Da wir dank unseres Geschäftsbereichs Ladenbau über großes Wissen zum Metzgereigeschäft an sich und dem Verkaufsraum besitzen, können wir alle Leistungen aus einer Hand liefern. Oft gehen Kühlraum- und Ladenbau Hand in Hand, sodass wir dem Kunden den Vorteil von der Abwicklung des kompletten Projektes mit nur einem Ansprechpartner bieten können“, betont der Vertriebsleiter. Ein Beispiel ist der Dry-Age-Kühlraum der Metzgerei Vogt in Bühl. Das Geheimnis bei der Reifung von Dry-aged-Beef hier ist die freistehende, auf einen speziellen Unterbau aufgesetzte Salzsteinwand. Im Reiferaum wird mit V4A-Blech gearbeitet, da die korrosionsbeständige Stahlsorte extrem widerstandsfähig gegen die salzhaltige Atmosphäre ist. Kramer lieferte das Komplettpaket: von Wänden, Boden, Decke und Verglasung bis hin zur Elektroinstallation. Die hinterleuchtete Salzsteinwand erzeugt ein spezielles Flair und ist ein Hingucker im Verkaufsraum.

GEBALLTES KNOW-HOW

Über 20 Jahre Erfahrung im Kühlraumbau verfügt Mahr Bauelemente. „Anfangs mit Partnerfirmen und Subunternehmern, haben wir heute die komplette Ausführung, mit eigenem Personal in der Hand. Wir arbeiten eng mit unseren Partnern Schwan Projekt GmbH, Mahr Montagen und Mahr Elektro zusammen. Da diese Firmen auf den Ausbau von Lebensmittelbetrieben spezialisiert sind, findet ein qualitativ einzigartiger Ausbau statt“, sagt Michael Wirth. Permanent arbeitet die eigene

Entwicklungsabteilung an der Verbesserung von Detaillösungen, neuen Materialien und Komponenten für den hygienischen Innenausbau. Im Moment verwirklicht das Unternehmen den Neubau der Metzgerei Bio Böhm in Konstanz als Generalunternehmer. „Wir realisieren alle dafür nötigen Gewerke und koordinieren diese untereinander. Der Neubau wird als Stahlhalle in Leichtbauweise erstellt und mit unserem Konzept der ‚fugenlosen Metzgerei‘ ausgeführt“, betont der Geschäftsführer. Ein weiteres Projekt in diesem Sinne war der Innenausbau des Metzgerei-, Schlacht-, Zerlege und Produktionsbetriebs der Metzgerei Hecht in Lupburg. Dort wurden 3mm-GfK-Platten auf Massivwände verklebt, Kühlräume individuell durch Sandwichpaneele realisiert und abgehängte Hygienedecken montiert.

HAND IN HAND

Mehr als 30 Jahre Markterfahrung im Bereich Kühlraumbau für Hygiene- sowie Lebensmittel verarbeitende Betriebe hat Walcher Kühlraumbau. „Wir betrachten den Neubau eines Fleischbetriebes in seiner Gesamtheit. Dabei versuchen wir durch den Einsatz verschiedener Materialien die für den Kunden wirtschaftlichste Lösung zu erarbeiten. Bei der Auswahl der Wandoberflächen berücksichtigen wir die speziellen Anforderungen der verschiedenen Räume. Auch die Kombination der verschiedenen Materialien ergibt eine maximale Effizienz. So werden von uns Sandwich-Elemente im Arbeitsbereich mit GfK beschichtet. So können die statischen Vorteile der

Blechelemente mit den Vorteilen einer hoch hygienischen GfK-Beschichtung wirtschaftlich kombiniert werden“, erklärt Wolfgang Walcher. Viele Metzgereien wurden seit 2007 begleitet, z. B. die Metzgerei Heimann in Grafing (2009: Neubau Schlachtbetrieb mit Fleischverarbeitung in Sandwichbauweise) oder die am 9. November eröffnete Metzgerei Riedhofer in Eisenberg (Neubau Schlacht- und Verarbeitungsbetrieb). „2014 wurden wir von der Metzgerei Keller in Moosburg für den Neubau eines Fleischverarbeitungsbetriebes angesprochen. Wir waren bereits in einem frühen Stadium in die Planung einbezogen. So konnten wir früh die Vorstellungen und Wünsche des Bauherrn hinsichtlich der Hygienevorschriften berücksichtigen. Nach der Fertigstellung des Rohbaus haben wir den Innenausbau in Sandwichbauweise realisiert. Dabei wurden 2.700 m² PU-Paneele verarbeitet, 1.500 m² Wandflächen mit GfK beschichtet und 45 Edelstahltüren verbaut. Im Küchenbereich wurden aufgrund der hohen Hygiene-Anforderungen GfK-Decken eingezogen“, blickt der Geschäftsführer auf ein besonderes Projekt zurück. 2016 eröffnete sie dann – die Genuss.Erlebniswelt Keller in Langenbach bei Freising, ein in dieser Form bundesweit bisher einmaliger Handwerksbetrieb. *mth*

Nützliche Links

www.bio-boehm.de, www.feinkost-keller.com, www.kramer-freiburg.com, www.mahr-bauelemente.com, www.metzgerovgt.de, www.silikal.de, www.w-walcher.de

Viele Unternehmen im Handwerk sind Familienbetriebe. Berechtigt ist daher der Gedanke von Senioren, dass ihr Lebenswerk möglichst in der Familie erhalten und weitergeführt werden soll.



LEBENSWERK: DAS KREUZ

Viele Inhaber bezeichnen die Nachfolge durch die eigenen Kinder als Idealfall. Doch Vorsicht: Man sollte nicht davon ausgehen, dass die familieninterne Lösung immer gelingt. Sie ist die schwierigste bei der Umsetzung und birgt erhebliches Konfliktpotenzial. Laut aktueller Studien scheitern bei diesem Modell rund 30 % der Nachfolgeprozesse. Unternehmer sollten daher kritisch bleiben: Schön, wenn das eigene Kind die Geschicke fortführt, aber ist das auch zwangsläufig die beste Lösung im Sinne des Unternehmens?

Jüngere haben oft für ihr Leben eine andere Vorstellung und sehen sich darüber hinaus auch fachlich und persönlich nicht in der Lage, das Projekt Familienunternehmen in die Hand zu nehmen. Von der hohen Verantwortung und dem Druck ganz abgesehen. Wird nicht offen über das Thema kommuniziert, ist der Konflikt vorprogrammiert. Nur wer alle Karten auf den Tisch legt, kann Emotionen und Herausforderungen zusammen bewältigen. Entscheiden sich der Sohn oder die Tochter für die Fortführung des elterlichen Betriebs, gilt es, das gemeinsame Ziel „Siche-

rung des Unternehmens und der Arbeitsplätze“ zu erreichen.

RIVALITÄTEN VERMEIDEN

Und wenn es mehr als einen oder eine gibt? Dann sollte der Senior alle Nachkommen gleichberechtigt am Vermögen beteiligen. So steht dieser etwa zwangsläufig vor der Entscheidung, ob nur einer oder mehrere in die Unternehmensführung gehen – reichlich Potenzial für eine waschechte Rivalität unter den Geschwistern. Wird aufgrund der besseren Eignung nur einer neuer Inhaber, werden die anderen eventuell Forderungen nach einem finanziellen Ausgleich stellen. Vertragliche Regelungen, die etwa auch die Erbschaftsansprüche regeln, können hieraus entstehende Konflikte weitgehend vermeiden. Sind hingegen mehrere Kinder geeignet, gibt es die Möglichkeit, Unternehmensbereiche zu untergliedern und je einem Geschäftsführer zu unterstellen.

Es gibt viele Gestaltungsmöglichkeiten und Modelle, die am besten unter Hinzuziehung entsprechender Fachanwälte oder Unternehmensberater besprochen werden sollten. Trotz

klarer Aufteilung von Zuständigkeiten und ausgefeilten Gesellschafterverträgen kann es aber trotzdem später zu unterschiedlichen Auffassungen über die Entwicklung des Unternehmens kommen. Solche Unstimmigkeiten können zu größeren Familienstreitereien ausarten und dem Unternehmen über kurz oder lang schaden.

AUF FÜHRUNG VORBEREITEN

Ein Senior sollte keine „Freifahrtscheine“ ausstellen, sondern auch im Rahmen der familieninternen Nachfolge objektiv die Anforderungen an den Nachfolger formulieren: *Welche Qualifikationen und Erfahrungswerte sollte dieser unbedingt erfüllen? Ist der potenzielle Nachfolger ein guter Techniker, kann ihm der kaufmännische Part zur Seite gestellt oder durch ein Coaching das fehlende Wissen vermittelt werden?* In jedem Fall müssen die Weichen für die Nachfolge frühzeitig gestellt werden und der Nachfolger sollte ausreichend Zeit haben, sich auf die Unternehmensführung vorzubereiten – sowohl, was die Kenntnisse zum Unternehmen und der Branche an sich betrifft, als auch auf die Qualifikationen für



Der Autor: Ronny Baar,
Geschäftsführer
ABG Consulting-Partner,
Dresden

MIT DER NACHFOLGE

die Rolle als Führungsposition. Viele Betriebe handhaben es so, Nachfolger zunächst in einer „untergeordneten“ Position einzusetzen. Dann haben sie die Möglichkeit, sich nach und nach Branchen-Know-how anzueignen, interne Abläufe im Unternehmen kennenzulernen und sich mit der Mannschaft vertraut zu machen. In puncto Mitarbeiter gilt Vorsicht bei langjährigen Angestellten. Sie kennen die Nachfolger oft von klein auf und haben im Negativfall ein Problem damit, vom einstigen „Knirps“ Anweisungen entgegenzunehmen.

KOMPLEXITÄT BEACHTEN

Alles hat sein Für und Wider, auch die familieninterne Nachfolge. So sehr man es sich auch wünscht, sollte man die Übergabe an die Kinder nicht über das Knie brechen. Denn als ob die rechtlichen, steuerlichen und betriebswirtschaftlichen Aspekte um Schenkung, Erbe, Gesellschafterverträge und Co. nicht schon anspruchsvoll genug wären, überlagern emotionale Komponenten alle rationalen Überlegungen und lassen das Vorhaben leicht scheitern. Beide Generationen müssen an einem Strang ziehen: Senioren müssen wirklich los-

lassen und darauf vertrauen, dass ihre Nachfolger nach aller Vorbereitung die Geschicke des Unternehmens verantwortungsvoll fortführen. Aufgrund der fachlichen und emotionalen

Komplexität einer familieninternen Nachfolge lohnt es sich daher, eine professionelle, objektive und im Idealfall ganzheitliche Beratung von außen einzuholen.

Ronny Baar

Nützliche Tipps

- **Sprechen Sie das Nachfolge-Thema proaktiv innerhalb der Familie an:** Senioren sollten sich nicht darauf verlassen, dass das Kind das Unternehmen fortführen möchte. Umgekehrt sollten potenzielle Nachfolger offen kommunizieren, wenn sie andere Pläne verfolgen.
- **Keine Freifahrtscheine,** nur weil es das eigene Kind ist. Formulieren Sie klare Anforderungen an den Nachfolger – und prüfen Sie kritisch, ob Ihr Sohn/Ihre Tochter diese erfüllt.
- **Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen:** Planen Sie viel Zeit für das Reinwachsen des Nachfolgers in die Führungsrolle ein. Ein rechtzeitiges Einbinden (für mehrere Jahre im Voraus) in Unternehmensabläufe und ggfs. Coaching werden dringend empfohlen.
- **Klären Sie frühzeitig** alle steuerlichen, rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Angelegenheiten: Unternehmensbewertung, Gesellschafter- und Kaufverträge, Wechsel der Rechtsform, Schenkungsurkunden, Regelungen hinsichtlich der eigenen Altersvorsorge, Erbschaftsangelegenheiten – das ist bei weitem nicht alles.
- **Informieren Sie rechtzeitig Mitarbeiter und Geschäftspartner.** Ein „Vor-die-Nase-setzen“ von heute auf morgen könnte das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit kosten.
- **Lassen Sie emotionale Überlegungen außen vor** und treffen Sie Entscheidungen immer im Sinne des Unternehmens. Denn: Es hängen Arbeitsplätze daran.
- **Für beide Parteien gilt: An einem Strang ziehen,** d. h. Verantwortung abgeben, vertrauen und loslassen auf der einen Seite und Verantwortung annehmen auf der anderen Seite.
- **Viele Baustellen und keine Idee,** wo Sie am besten anfangen? Holen Sie eine externe – am besten ganzheitliche – Beratung ein. Es gibt Kanzleien und Unternehmensgruppen, die alle Aspekte einer Nachfolge aus einem Haus abbilden. www.abg-partner.de



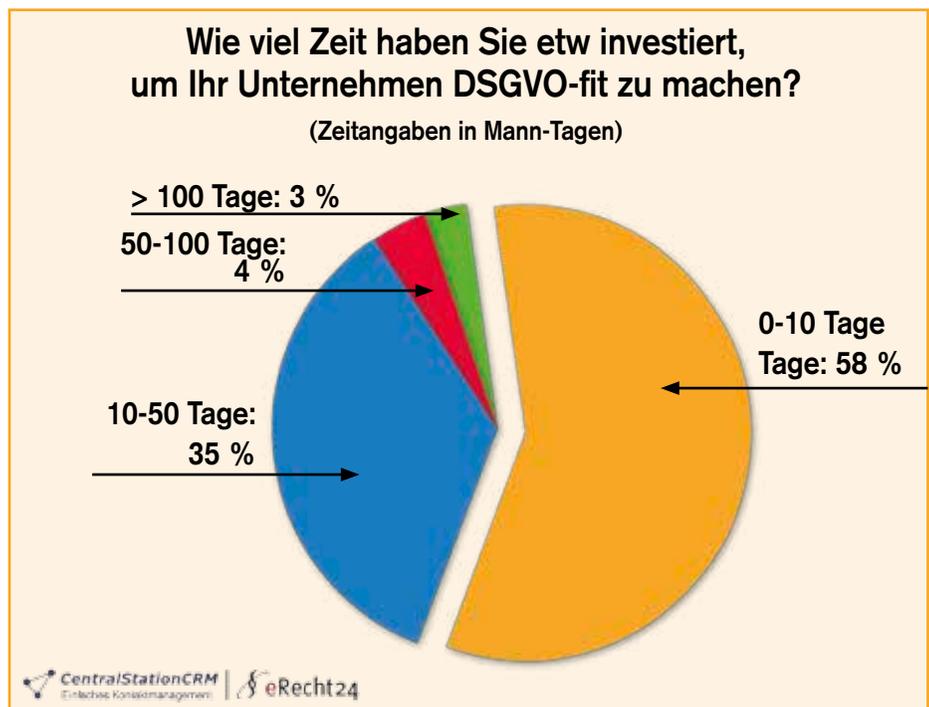
BILANZ DER DSGVO

Nach dem Inkrafttreten der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) wird zunehmend klar: Die befürchteten Kosten blieben aus. Probleme hingegen entstanden an anderer Stelle.

Ziel der am 25. Mai 2018 wirksam gewordenen DSGVO war und ist laut EU-Kommission der „Schutz der Grundrechte und Grundfreiheiten natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten“. Oder wie der Chaos Computer Club (CCC) einst formulierte: der Schutz der digitalen Intimsphäre. In Zeiten von Google, Amazon und Facebook schienen die Schuldigen schnell gefunden. Doch wie es bei Gesetzen und Vorschriften meist ist: Sie betreffen alle, auch „die Kleinen“. Zusammen mit eRecht24 befragte CentralStationCRM rund 1.000 kleine Unternehmen, wie sie die DSGVO bewerten. Folgende Fragen wurden gestellt:

- Wie viel Geld hat Sie die DSGVO gekostet?
- Wie viel Zeit haben Sie in die Umsetzung der DSGVO-Vorschriften investiert?
- Wie weit sind Sie in der Umsetzung?
- Wie bewerten Sie die DSGVO heute?

An der Studie nahmen 1.002 deutsche Unternehmen teil. 84 % davon sind kleiner als 15 Mitarbeiter, 8 % haben 15 bis 50 Mitarbeiter und 8 % mehr als 50 Mitarbeiter. Das entspricht etwa der Größenverteilung von Unternehmen in Deutschland. Es gibt keinen Branchenfokus, jedoch handelt es sich mehrheitlich um Dienstleister aus dem B2B-Geschäft. Bei der ersten Frage ging es darum, wieviel Geld etwa an Anwälte, Datenschutzbeauftragte, IT-Experten und andere Dienstleister geflossen ist, um die Kleinunternehmen DSGVO-ready zu machen. Die Kosten für



35 % der befragten Unternehmen haben zwischen 50 und 100 Tagen Zeit investiert, um ihr Unternehmen fit für die DSGVO zu machen.

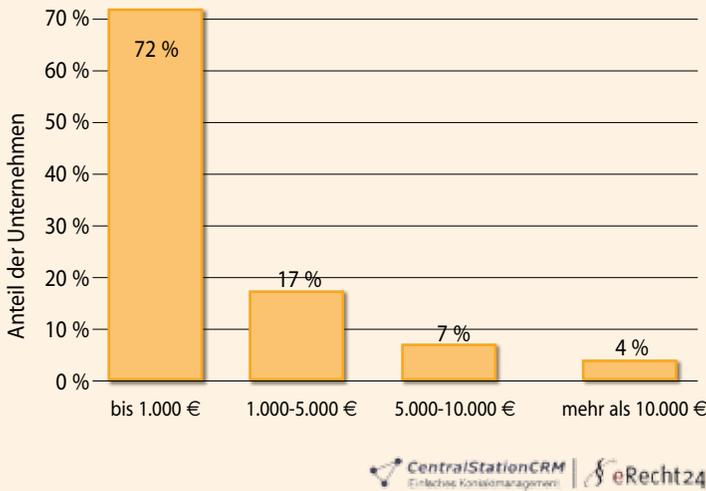
Dienstleister schwankten deutlich je nach Unternehmensgröße. Während Kleinunternehmen (unter 15 Mitarbeitern) meist mit weniger als 1.000 € auskamen, mussten Mittelständler oft 10.000 € und mehr in die Hand nehmen. Über ein Drittel der Unternehmen benötigte mehr als zehn Tage zur Umsetzung. Dass in größeren Unternehmen der zeitliche Aufwand größer ist, scheint selbsterklärend. So müssen Unternehmen spätestens ab zehn Mitarbeitern einen Datenschutzbeauftragten bestellen, der sich mit den Mitarbeitern zusammensetzen, sie befragen und informieren muss. Auffällig ist, dass über 30 % der Kleinstunternehmen und Selbstständigen mehr als zehn Arbeitstage benötigte. Ein wesentlicher Teil des zeitlichen Aufwandes fiel nicht auf die Umsetzung (Erstellung von Verfahrensverzeichnis-

sen, IT-Programmierung, etc.), sondern auf die Recherche, was überhaupt umgesetzt werden musste. Im Ergebnis sagten diverse Befragte, ihre Tools und Prozesse nicht DSGVO-konform angepasst, sondern ganz gestrichen zu haben. So wurde die eigene Website abgeschaltet, die Kundenmanagement-Software gekündigt oder der Newsletter gestrichen, unabhängig davon, ob Einwilligungen vorlagen oder nicht.

UMSETZUNG UND BEWERTUNG

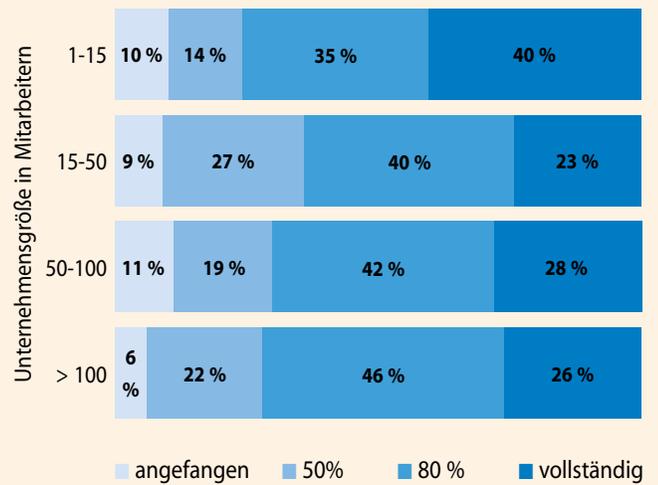
Zwar hat ein Großteil der Unternehmen wesentliche Anstrengungen unternommen, die DSGVO-Vorgaben zu erfüllen, trotzdem geben nur 38 % an, alle Vorschriften umgesetzt zu haben. Die befürchteten Bußgelder in Millionenhöhe bleiben bisher aus. Registriert wurden laut der Zeitung „Welt“ 75 Verstöße

Wie viel Geld hat Sie die DSGVO bisher gekostet?



17 Prozent der befragten Unternehmen haben für die Umsetzung der DSGVO zwischen 1.000 und 5.000 Euro bezahlt.

Zu welchem Teil haben Sie die DSGVO-Vorgaben umgesetzt?



42 % der befragten Unternehmen mit 50 bis 100 Mitarbeitern haben die DSGVO-Vorgaben zu 80 % umgesetzt.

mit Bußgeldern in Höhe von insgesamt etwa 485.000 €. Zwar ist die Stimmung inzwischen deutlich weniger panisch, es bleibt aber der Eindruck eines überdimensionalen Papier-tigers, der leider die Falschen trifft. „Es wäre eine Chance gewesen, einen guten Datenschutz für die Bürger zu schaffen. Stattdessen ist ein Bürokratiemonster daraus geworden, das weder dem Bürger, noch den Unternehmen hilft“, meint ein Befragter. Hinzu kommt, dass sich die Verbraucher an viele Umsetzungen der DSGVO kopfschüttelnd gewöhnt haben. Doch nicht alle Stimmen sind negativ:

„Die DSGVO schafft einige ersehnte Regelungen, z. B. zum Auskunftsanspruch und zur Löschung. Sie verhindert den Adresshandel und anderen Missbrauch persönlicher Daten nicht spürbar.“
Fazit: Die Frage nach den Kosten zeigt: Es wurde zumindest in kleinen Unternehmen weniger in externe Dienstleister investiert, als befürchtet. Der zeitliche Aufwand aber war immens und fiel aufgrund großer Unsicherheiten insbesondere auf die Informationsbeschaffung. Auch ein Jahr nach Einführung der DSGVO bezeichnet nur ein Drittel der Unternehmen die eigene Umsetzung als vollstän-

dig. Aus Angst vor Abmahnungen berichteten speziell Selbstständige, Freelancer und Vereine davon, lieber die Website oder die Kundenverwaltungssoftware ganz abgeschaltet zu haben, anstatt die Verwendung auf DSGVO-Tauglichkeit zu prüfen. Entsprechend fiel auch die persönliche Einschätzung aus. Rund zwei Drittel empfinden die DSGVO als eher negativ oder negativ. Bis 25. Mai 2020 wird die EU-Kommission dem EU-Parlament einen offiziellen Bericht und eine Bewertung der Verordnung vorlegen.

GEWUSST WIE CATERING UND PARTYSERVICE

39€*

Sie wollen Ihr Geschäftsfeld um professionelle Caterings und Partyservice-Angebote erweitern? Dann holen Sie sich Tipps zu den Grundlagen sowie neue Ideen aus den Best Practice-Beispielen in unserem Buch. Auf rund 200 Seiten finden Sie:

- praxisnahe Checklisten und Kalkulationshilfen
- Expertentipps
- bewährte Erfolgskonzepte
- kreative Rezeptideen
- effiziente Küchentechnik
- Deko-Erlebniswelten

Sichern Sie sich jetzt unser Buch für ein erfolgreiches Geschäft mit Caterings & Partyservice.

BESTELLEN SIE HIER ISBN 978-3-928709-18-7
www.fleischnet.de/shop



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Ridlerstr. 37 • 80339 München

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



Fettfrei und knusprig

Auf die Zubereitung in der Heißluftfritteuse abgestimmte Produktkonzepte und Rezepturen für ein kreatives Convenience-Angebot bietet AVO. Kurzbratartikel, Geschnetzeltes, gefüllte Fleischtaschen, Röllchen, Rouladen und Gratins lassen sich mit den gebrauchsfertigen Würzsaucen veredeln und variieren. Schonend im Heißluftgärer oder Backofen erhitzt, entfalten sie in wenigen Minuten ihren Geschmack und begeistern Feinschmecker im Fleischerimbiss, auf Partys oder zuhause. Dank ihrer speziellen Zubereitung sind auch die Knusperwürzpanaden Bunt, Gelb und Curry leicht für das Schnellgaren von Snacks einsetzbar. Die handwerklich oder auf Verarbeitungslinien panierten Fleisch-, Geflügel- und Formteile punkten nach dem Garen durch einen knusprig-krossen Mantel. Auch die aus AVO Grillkäse-Compound geformten Käse-Snacks mit Zutaten wie Peppadew®, Black Aged Pepper oder Trüffel verfeinert, sorgen für besonderem Biss. www.avo.de



Mit Ketchup gewinnen

Unter dem Motto „Best of Ketchup“ belohnt Homann Foodservice seine Kunden beim Kauf eines der drei neuen Ketchups mit Profi-Prämien. Bis zum Jahresende sind „tomatige“ Sammelpunkte in verschiedenen Wertstufen auf den Sorten Tomaten Ketchup, Curry Gewürz Ketchup und Curry Ketchup Bombay enthalten: ein Punkt auf den 875-ml-Tuben, fünf Punkte auf dem 5-kg-Eimer sowie auf dem Dispenserkarton, zehn Punkte auf dem 10-kg-Eimer. Prämien gibt es ab 25 Punkten, z. B. Profi-Equipment oder den exklusiven Homann Ketchup-Kalender 2020. Bei 250 Punkten stehen ein Currywurstschneider oder ein hochwertiger Pumpaufsatz für die 10-kg-Eimer zur Wahl. Alle diese Ketchups enthalten keine deklarationspflichtigen Zusatzstoffe und Allergene, Konservierungsstoffe und Süßungsmittel. Der Salz- und Zuckergehalt wurde optimiert. www.homann-foodservice.de/ketchup

Zarte Wildpastete

Passend zur Herbst- und Winterzeit bietet Wiltmann Leber-Pastete mit Hirschfleisch in der Bedienungsschale mit ca. 1 kg an. Das Produkt besteht aus Hirsch- und Schweinefleisch, mit frischer Leber, edlen Pfifferlingen und fruchtigen Wildpreiselbeeren verfeinert. Ob klassisch mit Pfeffer, fruchtig-süß mit Preiselbeeren oder edel mit Trüffeln verfeinert – fünf verschiedene Sorten bieten für jeden Geschmack das Richtige und sind mit ihren handgegossenen Spiegeln ein Blickfang in der Theke. www.wiltmann.de



Sicher verstaut

Das Kochmesser Ajax aus der geschmiedeten Messerserie 1905 von Friedr. Dick wird von vielen geschätzt und vor allem im Outdoor- und BBQ-Bereich eingesetzt. Für die sichere Aufbewahrung der scharfen Klinge, aber auch den eigenen Schutz, führt das Unternehmen nun auch die passende Messerscheide im Sortiment. Alle Messerscheiden sind aus einem strapazierfähigen Kunstfaser-Material hergestellt, das abwaschbar und wasserabweisend ist. Das spezielle Material wird bereits erfolgreich bei Werkzeugtaschen für das Handwerk eingesetzt. Es ist laut Unternehmen ideal zur sicheren Aufbewahrung und zum Transport der Messer geeignet. Zudem gibt es eine weitere zweiteilige Messerscheide, in der bequem zwei Messer mit einer Klinglänge von bis zu 21 cm Platz finden. Hier sind die Messer durch einen Riemen mit Druckknopfverschluss sicher fixiert. www.dick.de

Garnelen satt

Riesengarnelen sind beliebt und bieten in der Bedientehe ein besonderes Potenzial. Daher präsentiert Grossmann Feinkost zwei neue Feinkostspezialitäten. Die Riesengarnelen in Cocktailsauce punkten mit einer klassischen Cocktailsauce, die mit ihrer feinen Cognac-Note die Aromen der Krebstiere ergänzt. Die Riesengarnelen „Indian Curry“ begleitet eine würzige Currysauce, die nach indischem Rezept und mit schwarzem Sesam zubereitet ist. Alle Garnelen stammen aus nachhaltiger, naturnaher Zucht. Zur Verwendung kommen dabei nur einheitliche Sortierungen. Die Produkte werden ohne konservierende Zusätze zubereitet und manuell abgefüllt. Erhältlich sind sie im 1,5 kg-Gebinde. Das Sortiment umfasst weitere sieben Variationen wie Asia, Wasabi, Aioli oder in Knoblauchöl bzw. Dillcreme. www.grossmann-feinkost.de



Schräg schneiden und wiegen



Mit den Schrägschneidemaschinen H und HD der GSP-Serie führt Bizerba eine leistungsstarke Lösung für den manuellen oder halbautomatischen Betrieb. Das Highlight ist eine optional integrierbare Kontrollwaage mit Touchdisplay, die Schneiden und Wiegen in einem Arbeitsschritt ermöglicht. Außerdem setzt das Gerät durch Features wie die patentierte Technik Illumination sowie CeraClean®-Komponenten Standards in puncto Hygiene, Sicherheit und Energieeffizienz. Verschiedene Schlittenausführungen sind erhältlich und bieten wahlweise eine Schlittenneigung von 18, 25 oder 0° für ein leichtes Nachgleiten des Schneidgutes zum Messer. Zudem ist es neben der Verarbeitung auf die Zielgröße Gewicht möglich, Waren anhand einer vordefinierten Scheibenzahl zu schneiden. Das sorgt für optimierte Abläufe, kurze Wartezeiten und eine höhere Kundenzufriedenheit. www.bizerba.com



Geschenke verpacken

Zwölf neue Motivserien an Präsentkartons, Faltschachteln, Geschenkkörben und -boxen verbinden bei Schumacher Packaging Nachhaltigkeit und attraktives Design. Die öko-

logischen Präsentverpackungen sind universell einsetzbar, etwa die „Vintage“-Serie mit Holz-Anmutung oder die Serien in Schiefer- und Flechtoptik. Die Serie „Rustika“ kennzeichnet ein Digitaldruck, der ein täuschend echtes, helles Weidengeflecht erzeugt. Dazu gehören eine sechseckige Variante, die leicht nach vorn abgeschrägt ist, sowie ein viereckiger Präsentkorb – beide gibt es in je drei Größen. Zur besinnlichen Zeit machen die Serien „XMAS“ und „Merry Christmas“ Lust auf's Schenken. Die Präsentkartons sind postversandfähig. Saisonal geprägt sind auch „Winterwald“ oder die „Edle Weihnacht“ mit einem goldenen Tannenmotiv mit luxuriöser Heißfolienprägung. www.schumacher-packaging.com

Entladen ohne einsteigen

Für die Belieferung von Filialen in engen Gassen bietet Kiesling mit Mini Flitzer®, und City Flitzer®, z. B. auf Basis des Mercedes-Benz Sprinter, eine wendige Lösung. Durch den



kurzen Radstand finden Fahrer schnell Parklücken, können in Innenhöfe einfahren und jederzeit rasch wenden und rangieren. Mit dem Ladevolumen von 120 bzw. 140 Eurokisten oder vier Europaletten bieten beide Fahrzeuge viel Platz für frische oder tiefgekühlte Ware. Praktisch sind auch serienmäßig verbaute Seitentüren rechts und links. Darüber oder über die Hecktüren hat der Fahrer Zugriff auf jede geladene Kiste. So kann er entladen, ohne in den Laderaum einzusteigen. Das spart Kraft und Zeit. Serienmäßig ist auch eine stabile, rundherum verschweißte Alu-Bodenwanne, die keine Flüssigkeit eindringen lässt, was für optimale hygienische Bedingungen sorgt. Alle Kühlaufbauten sind HACCP-geprüft. Zubehör wie Ladungssicherung, Kältevorhänge oder Regale werden nach Kundenwunsch und Anforderung eingebaut. www.kiesling.de

Fotos: Schumacher Packaging, Wüsthof, Kiesling Fahrzeugbau, Vemag Maschinenbau, Bedford



Nach Metzgerart

Sehnen entfernen, auslösen, entbeinen oder tranchieren – das gelingt mit dem Butcher Knife aus der Classic-Serie von Wüsthof. Die ausgewogene Gewichtsverteilung, die fugenlos vernieteten Griffschalen und die lasergeschärfte Klinge aus speziellem Stahl sorgen bei dem Messer für Kraft und klare Schnitte. Ein grobes Zerteilen fällt auch bei sehnigem Fleisch leicht. Die besondere Klingensform ist nicht nur ein außergewöhnliches Stück Schmiedekunst, sondern in der Benutzung auch sehr wendig. Auch großes Gemüse mit harten Schalen wie Kürbisse sind im Handumdrehen geschnitten. Durch die eingearbeiteten Kullen entstehen beim Schneiden Luftpolster, die das Anhaften dünn geschnittener Stücke verhindern. www.wuesthof.com

Für Pattys in Perfektion

Anspruchsvoll geformte Produkte wie Burgerpattys gelingen mit dem kompakten Vakuumpfüller Robot500 von Vemag Maschinenbau. Live zu sehen war der Allrounder in Kombination mit einem Inline-Wolf – auf Wunsch auch mit Separator erhältlich – und dem manuellen Vorsatzgerät Manual Patty Former818 auf der evenord in Nürnberg. Dieses Qualitäts- und Alleinstellungsmerkmal garantiert eine effiziente Produktion von Hackfleischprodukten mit unterschiedlicher

Stärke und Durchmesser. Bedient wird die anwenderfreundliche

Maschine am leicht ablesbaren 12“-Touch-

Display. Alle Statusmeldungen werden

übersichtlich abgebildet. Zeit sparen die

vom Anwender individuell abgespei-

cherten Füllprogramme für jedes Pro-

dukt. Die aktive Zuführung via zwei-

geteiltem Trichter eignet sich für feste

und kalte Produkte. Herzstück des

Systems sind Förderkurven, die nach

dem Doppelspindelprinzip arbeiten

und das Rohmaterial schonend zum

Auslass transportieren. Der wahlweise

Einsatz verschiedener Förderkurven

ermöglicht ein breites Spektrum an

Applikationen. www.vemag.de



Delikatessen für Feste

Eine Auswahl an Delikatessen für die Festtage offeriert die Wurst- & Schinkenmanufaktur Bedford. Bei der Entengalantine sind ausgelöste Enten mit einem groben Brät aus magerem Truthahnfleisch, Croutons, Lauch und Brokkoli gefüllt. Nachdem die Enten in Handarbeit in Form genäht und im Ofen knusprig gebraten wurden, zeigen sie in der Bedienungstheke ihr appetitliches Schnittbild. Mediterran wird es mit der Salgiano, einer Spezialität mit einem Kern aus zwölf Monate gereiftem Parmigiano, umhüllt von feiner, naturgereifter Salami. Dafür wird ausschließlich Schweinefleisch aus der Offenstall-Haltung verwendet. Die Leberpastete mit Entenleber ergibt mit Zutaten wie Schweinefleisch, edlen Gewürzen, Pistazien und Orangenscheiben eine erlesene Gesamtkomposition. Dieses Produkt ist bis April im Stück sowie in portionsgerechten Scheiben à 125 g erhältlich. www.bedford.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

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

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.

SPRÜH-SYSTEME
UNIFILLER-SYSTEME
BACKTRENNMITTEL

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

GESUCHT & GEFUNDEN

Pökel- und Massiertechnik



Suhner 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



SAUBERMANN
über 25 Jahre
SAUBERMANN PRODUKTE
Hackblöcke
mit verstellbaren Füßen
40 x 40 cm, 50 x 40 cm; 50 x 50 cm; 60 x 40 cm; 60 x 60 cm

Einlagen
aus Kunststoff / Holz
40 x 40 cm, 50 x 40 cm;
50 x 50 cm; 60 x 40 cm; 60 x 60 cm

Schneideplatten
in versch. Farben
Länge x Höhe x Stärke
50 x 36 x 1,5 cm
Mit oder ohne Rille

Tel. (+49) 62 62 - 91 84 44
saubermann-produkte@t-online.de
Breitenbrunnerstraße 41b • 74858 Aglasterhausen
www.saubermann-produkte.de



Hilf mit deiner Spende:
wwf.de/plastikflut

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

STOPP DIE PLASTIK FLÜT

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
Vakuuiergeräte 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:



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 Autorin: Heike Sievers

Anzeigen:
Bernd Moeser (Leitung) -200
Concetta Herion -240
Gernot Wolf -246
Rosi Höger -210
Gerhild Burchardt -205
Sebastian Lindner -215
Fritz Fischbacher -230
Rocco Mischok -220
Paula Pommer -110

Herausgeberin: Annemarie Heinrichsdobler -100

Gültige Anzeigenpreislise: 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.



JETZT

Prämie sichern!

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

Zur Begrüßung erhalten Sie ein exklusives Geschenk:



30-€-Gutschein BestChoice

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

BestChoice-Partner verteilt werden. Gültigkeitsdauer: 3 Jahre.



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



Abo im Internet:

Einfach Coupon ausfüllen, ausschneiden und senden an:

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

Oder faxen an:
(089) 370 60-111

Widerrufsgarantie:

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

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

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

Firma

Name, Vorname

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Ich zahle gegen Rechnung.

Ich zahle bequem per Bankeinzug.

IBAN

BIC

Kreditinstitut

Als Begrüßungsgeschenk erhalte ich einen

ein Solicut-Messer „Professional“

30 €-Gutschein von BestChoice

SEPA-Lastschriftmandat:

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

FH 6/2019

Datum, Unterschrift

MOTTO 2019

AUFGESPIERT

DER IDEEN-WETTBEWERB FÜR FLEISCHER-AZUBIS & JUNIOREN BIS 10 JAHRE NACH AUSBILDUNG



Würziges Kaspe-Spießchen



Sausage Twister



Poko-Spieß

**SIEGERREZEPTUREN
JETZT ONLINE**

➔ www.homann-snackstar.de

DIE SNACK STARS

- 1. PLATZ: WÜRZIGES KASPE-SPIESSCHEN**
Maximilian Lang & Nils Schuler, GS. Bad Mergentheim
 - 2. PLATZ: SAUSAGE TWISTER**
Jenny Schmidt & René Kraft, BBS-Westerburg
 - 3. PLATZ: POKO-SPIESS**
Nicole Pokorny, BSZ-Delitzsch
- GEWINNER DES SNACK STAR® SEMINARS:**
BSZ Sulzbach-Rosenberg



**DANKE AN DIE
TEILNEHMER**

**2020: 10-JÄHRIGES
SNACK STAR® JUBILÄUM**

Unterlagen & Informationen
ab März – Seid gespannt!

Die Aktion für das Fleischerhandwerk – mit freundlicher Unterstützung von

