

4/2020

www.fleischer-handwerk.de

FH FLEISCHER-HANDWERK

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

FLEISCHER MIT ERFOLG

**Meat & Love,
Betzdorf**

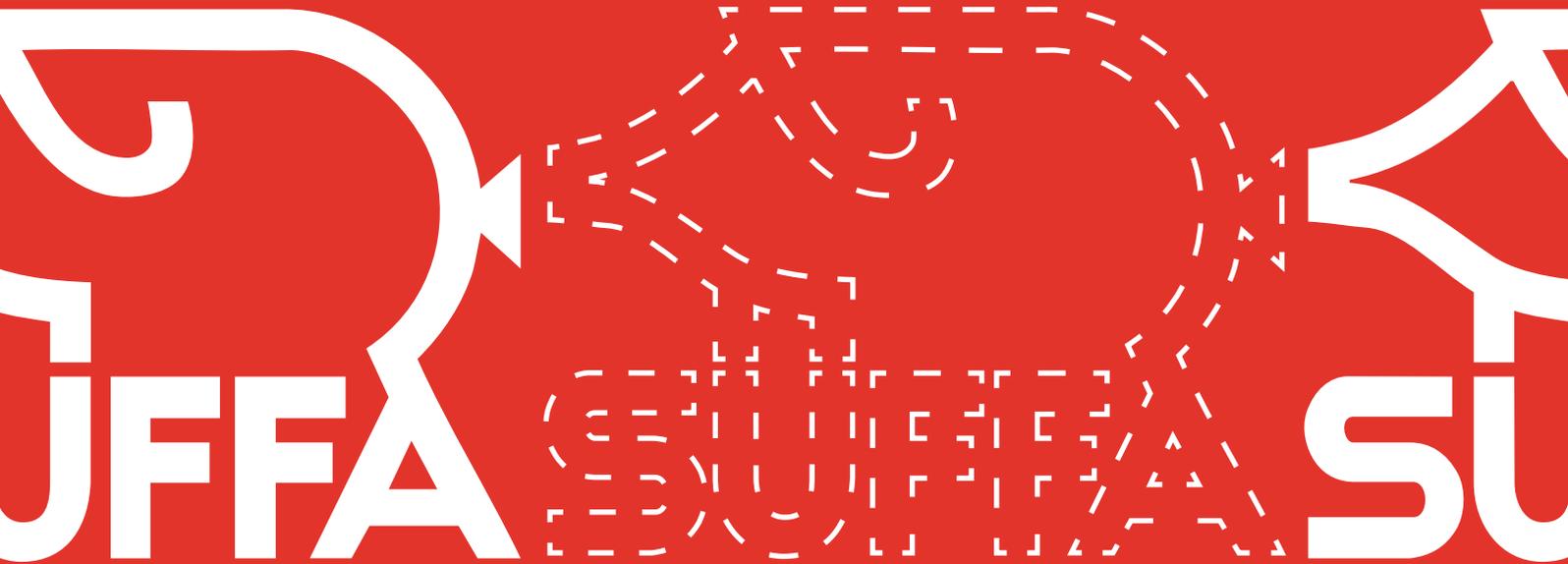
JUBILÄUM

100 Jahre Lay Gewürze

HANDWERK KREATIV

Trüffeljagd-Stories





Immer ein Schwein voraus!

Die SÜFFA 2020 ist mit Abstand das Filetstück für das Fleischerhandwerk. Doch die letzten Monate haben ihre Spuren hinterlassen. Unsere Fachmesse wird ungewohnt aussehen und sie wird sich anders anfühlen. Trotzdem ist die SÜFFA die perfekte Plattform für Austausch und Neuentwicklungen. Mit viel Leidenschaft zur Branche legt sie hemmungslos die Trends von morgen frei. Bleiben Sie also immer ein Schwein voraus. Nutzen Sie die Chance für den neuen Aufschwung!

7.–9. November 2020

Messe Stuttgart



Sicher für Menschen.
Gut für die Wirtschaft.



Die Fachmesse für die Fleischbranche

www.sueffa.de



Marco Theimer
Chefredakteur

Eine Quizfrage! Es gibt aber nichts zu gewinnen. Welcher deutsche Großindustrielle hat große Chancen, mit einem Preis für Hybris und Skrupellosigkeit ausgezeichnet zu werden? Die Rede ist von einem gewissen Clemens T. aus dem Landkreis Gütersloh, Ex-Schalke-Aufsichtsrat, der ebenso wie sein Revierclub in den vergangenen Juni- und Juli-Wochen wenig zu lachen hatte und sich nun sogar der Staatsanwaltschaft erwehren muss. Dabei ist eines Fakt: Als erfolgreicher Unternehmen hat man nicht nur in Deutschland eine Fürsorgepflicht für seine Mitarbeiter – auch wenn sie von Sub- oder Sub-Sub-Unternehmen unter fragwürdigen Bedingungen zur Verfügung gestellt und beschäftigt werden. Was vor der coronabedingten Schließung des größten deutschen Fleischschlächters und -verarbeiters geschah, kann man nur als maßlose organisierte Verantwortungslosigkeit bezeichnen, die zum Gesundheitsrisiko für die Bevölkerung zweier Landkreise führte. Nicht nur in diesem Schlachtbetrieb gab es vermehrte Infektionen mit dem gefährlichen Virus. Von Verantwortung für Mitarbeiter oft keine Spur!

Gäbe es derlei Verantwortungslosigkeit und Mangel an Fürsorge für die Mitarbeiter in handwerklichen Metzger- und Fleischerfamilienbetrieben, wären sie wahrscheinlich schon lange geschlossen worden und aus unserer Gesellschaft verschwunden. Als systemrelevant in Corona-Zeiten eingestuft, erfuhren vielleicht auch Sie, liebe Leserinnen und Leser, wieder eine höhere Aufmerksamkeit und Wertschätzung. Viele Betriebe vermeldeten höhere Umsätze an den Theken, sie begrüßten neue Kunden und lokale Medien und TV-Sender berichteten über die Metzger des Vertrauens.

Dabei muss das Fleischerhandwerk im Gespräch mit Politikern von Verbandsseite immer wieder gebetsmühlenartig betonen, dass es nicht mit industrieller Fleischwirtschaft gleichzusetzen ist. In vielen Dingen ist das aber so – oder schlimmer: Das Handwerk zahlt etwa 20 Mal höhere Gebühren für die Fleischuntersuchung pro geschlachtetem Tier. Auch einheitliche Abfallentsorgungsgebühren würden Wettbewerbsnachteile beseitigen. Große Ungerechtigkeiten gibt es zudem beim Thema Tierwohl bei der Schlachtung oder der Arbeitszeitkontrolle.

Gerade höhere bürokratische Anforderungen und Dokumentationspflichten setzen dem Fleischerhandwerk maßgeblich zu – industriellen Betrieben nicht. Trotzdem waren Herr T. und seine Führungscrow im größten deutschen Schlachtbetrieb auf Nachfrage der Gesundheitsbehörden nicht mal in der Lage, bei 30 % ihrer Schlacht-Mitarbeiter exakt anzugeben, wo diese wohnen. Da drückten und drücken die zuständigen Behörden gerne mal beide Augen zu! Ich appelliere daher für mehr Gleichberechtigung für Handwerksbetriebe und weniger Ungerechtigkeiten! Fleischerhandwerk bedeutet Klasse und nicht Masse. Und das gilt es noch lange zu erhalten!

Mit den besten Wünschen für Sie und ihre Mitarbeiter! Bleiben Sie gesund!



Meat & Greet 2020

Fleischerhandwerk und Metzgerei der Zukunft

2. Fachkonferenz
14./15. September 2020
in Fürstenfeldbruck
bei München



VERANSTALTUNGS- & MEDIENPARTNER:



JETZT ANMELDEN
[www.management-forum.de/
meatandgreet](http://www.management-forum.de/meatandgreet)

Informationen und Anmeldung:
Telefon: +49 8151 2719-0,
info@management-forum.de



16



20



30



14



18

FLEISCHER MIT ERFOLG

Prichsenstadt:
Alle(s) an einem Strang
Familie Bausewein20

Betzdorf:
Meat & Love
Philipp Neumann22

Brixen/Südtirol:
Eine Frage der Haltung
Thomas Fink24

BRANCHENBLICK

Mehr Gleichbehandlung..... 3

Aktuelles aus der Branche. 5

1. BFS: 54 Meisterbriefe 7

Interview: Digital coachen 8

Metzgerei Hack, Freising:
Mit der App überholen 9

Metzger in Schweinfurt:
„Wir halten zusammen“ 10

INTERVIEW

Becker's Hofladen, Karlsruhe:
Effizient räuchern 13

HANDWERK KREATIV

Trüffeljagd-Stories 14

JUBILÄUM

Lay Gewürze:
100 Jahre Geschmack 16

KASSENSYSTEME & SOFTWARE

Bald Standard? 18

KENnzeICHNUNG

Auf Autopilot.....26

Technik-News29

ERZEUGUNG

Duroc IMF:
Marmorierung schafft Mehrwert30

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt33

Gesucht & gefunden.....34

Impressum.....36

Titelbild: Im Oktober 2019 eröffneten die beiden Fleischsommeliers Philipp Neumann und Mandy Hubrich in Betzdorf ihre Metzgerei „Meat & Love“ – eine Erfolgsgeschichte. Foto: Theimer

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

Diese Ausgabe enthält eine Beilage der KWS Küttler GmbH, Neuenthal, sowie das Verlags-Supplement „SnackTime“. Wir bitten um freundliche Beachtung.

Münchener Verein

Verlässlicher Partner

Auch in der Corona-Krise steht der Münchener Verein dem Handwerk zur Seite. Er leistet bei Betriebsschließungen infolge von Corona bei bestehenden Verträgen und rettete einige Existenzen. In der gewerblichen Betriebsschließungsversicherung stellt der Versicherer das Coronavirus 2019-nCoV den in seinen Bedingungen namentlich genannten Krankheitserregern gleich. So sind behördlich angeordnete Betriebsschließungen aufgrund des Virus mitversichert. Für alle in der Handwerksrolle A eingetragenen Handwerker/innen ist der HandwerkerSchutzbrief kostenlos. Für Innungsmitglieder gilt der Schutz auch für deren Mitarbeiter. Diese haben einen Invaliditäts-Grundschutz von 5.000 € und sind bei Vollinvalidität mit 25.000 € abgesichert: www.versorgungswerk-handwerk.de/schutzbrief www.muenchener-verein.de



Aktion Modernes Handwerk (AMH) „Nebenan ist hier“

Wenn die Hausschlachterei Miesner mit Großflächenplakaten rund um den Betriebsstandort in Scheeßel wirbt, bedankt sie sich für das Vertrauen ins Handwerk und tut das im Design der bundesweiten Imagekampagne des Handwerks. Der Betrieb beteiligte sich an der Mitmach-Aktion „Nebenan ist hier.“ Dabei lud die Aktion Modernes Handwerk (AMH) Innungsbetriebe aus 19 Kreishandwerkerschaften dazu ein, sich im bekannten Design dieser Imagekampagne zu präsentieren: Unter dem Motto „Die Wirtschaftsmacht bekommt unser Gesicht.“ gestaltete ein kostenfreier Grafikservice individuelle Werbemittel für die Kundenansprache und Mitarbeiterfindung. Dabei winkte pro Region einem Teilnehmer ein besonderer Hauptgewinn: das persönliche Motiv auf den Plakatwänden. Neben der AMH unterstützen Signal Iduna, Mewa Textil-Management und IKK classic die Aktion. Diesen Kreishandwerkerschaften wurde sie angeboten: Emsland Mitte-Süd, Elbe-Weser, Heilbronn-Öhringen, Göppingen, Ravensburg, Dresden, Mittelsachsen, Köln, Rottal-Inn, Nürnberg Stadt und Land, Duisburg, Hellweg-Lippe, Höxter-Warburg, Jena/Saale-Holzland-Kreis, Marburg, Westfalen-Süd, Kyffhäuser-Unstrut-Hainich, Wiesbaden-Rheingau-Taunus, Emmendingen. www.amh-online.de

Senger Group

Expansion an neuem Standort

Nach über 20 Jahren am Standort der Senger Konzernzentrale in Rheine bezog die Sparte Senger I Kühltransporter den vergrößerten Standort an der Daimlerstraße 7 in Rheine. „Wir konnten dort die Ausstellungsfläche für neue und gebrauchte Kühltransporter mehr als verdoppeln und so den Interessenten vor Ort nun eine der größten Kühltransporter-Ausstellungen für Frischdienst-, Tiefkühl-, Multitemperatur- und Pharmatransporter in Deutschland präsentieren“, sagt Markus Kemme, fachlicher Leiter der Abteilung. Der Standortwechsel stärkte nicht nur den Vertrieb; durch die Ausweitung der Servicewerkstattzeiten vor Ort, die nun zwischen 7 und 22 Uhr für Kunden aus der Region bereit steht, profitieren auch diese davon. Zusätzliche Ladestationen für die Senger-E-Mobility Kühltransporter unterstreichen die Bedeutung des Umzugs für die Zukunft. www.auto-senger.de

Fotos: Münchener Verein, Aktion Modernes Handwerk (AMH), Tonya Schulz



Ostheim vor der Rhön

Schlemmerpakete online

Fans des Rhöner Wurstmarkts können Feinschmeckerpakete (50 bis 70 €) bestellen. Zu finden sind diese auf www.rhoener-wurstmarkt.de. Was hinein kommt, haben Michael Geier (Leiter des Biosphärenreservats Rhön), Susanne Orf (Leiterin der Tourist-Info Ostheim), Metzgermeister Anton Koob und Nadja Schneider (Dachmarke Rhön) ausgewählt. Die Basis bildeten Vorschläge der 27 teilnehmenden Aussteller, die den „virtuellen Wurstmarkt“ in diesem Jahr unterstützen. Der Vertrieb erfolgt in Kooperation mit dem Online-Shop „Meine Dorfzeile“. Einer der Höhepunkte der virtuellen Aktivitäten ist die Live-Übertragung des traditionellen Wurstmarkt-Anschnitts am 10. Oktober 2020 um 11 Uhr.

Schon bei Facebook geklickt?

auch auf FACEBOOK!

STILLER
VERSCHLISS-TECHNIK
Telefon 07268 392
Doserverschließmaschinen
Halb- und vollautomatisch, für Handwerk und Mittelstand
WWW.STILLERGM.BH.DE

KRAMER
KÜHLRAUMB AU
LADENBAU
WWW.KRAMER-FREIBURG.COM

EST. 2014
DRY AGER
BUILT FOR BEEF
DAS ORIGINAL
DER FLEISCHREIFESCHRANK
FÜR METZGER & FLEISCHER
WWW.DRY-AGER.COM

WALTER
next level cleaning

Wenn ein Gerät alle Probleme löst, ist es **next level cleaning.**

Individuelle und ressourcenschonende Reinigungssysteme für vielfältigste Anwendungen.
www.walter-cleaning-systems.de



zu einem „Wegweiser in der deutschen Messe-landschaft werden“, meint Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart. „In enger Kooperation mit den Behörden haben wir ein tragfähiges Durchführungskonzept erarbeitet, das ein ungetrübtes Messe-Erlebnis ermöglicht und aktuellen Entwicklungen bei Bedarf flexibel angepasst werden kann. Der Gesundheitsschutz genießt oberste Priorität.“ Daher habe man sich auch für eine allgemeine Maskenpflicht entschieden, um „verschiedensten Vorgaben gerecht zu werden und deren Umsetzung in die Praxis zu vereinfachen und zu vereinheitlichen“, erklärt er. Neben Online-Ticketing, einer ausgeklügelten Besucherführung und umfassenden Hygiene-maßnahmen punktet die Messe mit einem umweltfreundlichen Schichtlüftungssystem, das die Hallen laufend mit Frischluft versorgt, anstatt nur die Raumluft umzuwälzen. Auch Joachim Lederer, Landesinnungsmeister des Landesinnungsverbands für das Fleischerhandwerk in Baden-Württemberg, begrüßt die Entscheidung. Die Branche habe die besondere Situation der vergangenen Monate „insgesamt sehr gut gemeistert“, vielerorts sei eine „hohe Investitionsbereitschaft“ spürbar. Nun gelte es, „diese beiden Faktoren auf einem idealen Marktplatz wie der SÜFFA zusammenzubringen – das ist eine Riesenchance! (Stand: 31. Juli 2020) www.sueffa.de

SÜFFA: GRÜNES LICHT

Mit der ab 15. Juli 2020 gültigen Corona-Verordnung Messen gibt die Landesregierung von Baden-Württemberg nun auch formal „grünes Licht“ für Messen – auch für die SÜFFA von 7. bis 9. November 2020.

Die beliebte Fachmesse ist die erste große Plattform für die Fleischbranche nach der Corona-Pause und kann unter Einhaltung entsprechender Schutzvorschriften somit planmäßig stattfinden. Macher und Partner sehen in der Veranstaltung nicht nur einen wichtigen

Schritt in Richtung einer neuen Normalität, sondern eine einzigartige Chance für die Teilnehmer.

Unter dem von der Messe Stuttgart entwickelten Signet „Safe Expo – Sicher für Menschen. Gut für die Wirtschaft“ könne die Fachmesse

Fleischerschule Augsburg Grillmeister mit Zertifikat

Anfang August startete an der Augsburger Fleischerschule eine neue zweiwöchige Weiterbildung: Zertifizierter Grillmeister – Masterclass. Initiiert wurde sie von Stefan Ulbricht. Sie richtet sich an Caterer, Metzger, Köche und Lebensmittelhandwerker, die sich mit dem Thema Grillen/BBQ beschäftigen. Zugangsvoraussetzung ist eine Ausbildung im Lebensmittelbereich, z. B. Metzger, Koch oder Bäcker. Grundkenntnisse im Grillen werden vorausgesetzt. Zu den Referenten zählen etwa der BBQ-Weltmeister Oliver Sievers, Grillprofi und Buchautor Tom Heinze sowie Steak-Enthusiasten wie David Pietralla, Ronny Paulusch und Christian Münz. Die Metzgermeister und Fleischsommeliers Dirk Ludwig, Matthias Endrass und Heiko



Brath zeigen aktuelle Fleisch-Cuts und deren Zubereitung. Grillprofi Martin Rubner wird Geflügelzubereitungen thematisieren, auch Brot- und Käsesommeliers geben Tipps. Neben dem vegetarischen Grillen steht auch die Bratwurst mit Metzger- und Europameister 2020, Jürgen Reck, im Fokus. „Hier unterrichten die Profis aus der Grillszene. Hier zahlt man nicht nur für eine Urkunde, sondern erhält als Gegenleistung echtes Profiwissen sowie ein Netzwerk an fachlicher Kompetenz“, betont der Kursleiter. Das Zertifikat wird durch eine theoretische und eine praktische Prüfung erworben. Weitere Informationen: E-Mail an ulbricht@metzgerhandwerk.de oder unter Tel. (0821) 568 61-15. www.fleischerschule.de

BGN

Lüften gegen Corona

In Sachen Corona-Virus ist die Übertragung durch die Luft in Form von Aerosolen in den Fokus der Diskussion gerückt. Anzunehmen ist, dass adäquates Lüften das Übertragungsrisiko deutlich verringert – neben regelmäßigem Händewaschen, Nies- und Hust-Etikette, Abstandhalten und Mund-Nase-Bedeckung. Die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) hat Handlungshilfen mit Tipps zur Belüftung von Arbeitsräumen unter Corona-Bedingungen entwickelt. Im Wesentlichen zielen diese darauf, möglicherweise mit Viren belastete Luft rasch durch frische Außenluft zu ersetzen. Auf Umluft sollte man verzichten, um Viren nicht in Arbeitsbereichen zu verteilen. Gängige Verfahren zur Entkeimung der Umluft (HEPA-Filterung, UVC-Desinfektion) werden zurzeit auf ihren Nutzen untersucht. www.bgn.de/corona

54 MEISTERBRIEFE

Trotz Corona-Pandemie und Schulunterbrechung gelangten 54 Teilnehmer des 441. Meisterkurses der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut an ihren beruflichen Gipfel.

Der Kurs war wegen der Pandemie Mitte März nach neun Wochen unterbrochen und am 1. Mai unter strengen Sicherheitsvorkehrungen fortgesetzt worden. Der dazu passende Abschluss: eine Freisprechung per Video. „Diesen besonderen Kurs werde ich nie vergessen“, erklärte Schul-Geschäftsführerin Barbara Zinkl bei der Verabschiedung der Absolventen – einzeln und ohne Handschlag. Das eigens entwickelte Hygienekonzept hat man verinnerlicht: Einzelplätze, Mund-Nasen-Schutz und 1,5 m Mindestabstand waren in Theorie- und Praxisunterricht Pflicht; die Prüfungen sahen neben Social Distancing verlängerte Zeitfenster zwischen den Teilnehmern vor. „Die Disziplin und Rücksichtnahme aller hat mich sehr beeindruckt“, lobte sie.

47 Fleischer und sieben Fleischerinnen aus neun Bundesländern nahmen die elfwöchige Fortbildung auf sich. Den weitesten Anreiseweg hatte mit 676 km Annika van de Mötter (26) aus Goch an der holländischen Grenze, den kürzesten mit 24 km Dominik Hadaller (19) aus Rottenburg

an der Laaber. Mit dem Meisterbrief in der Tasche wird er im Familienbetrieb als Allrounder Aufgaben von Verarbeitung und Produktion bis hin zu Verwaltung und Vertrieb übernehmen. Auch über eine mögliche Fortbildung zum Betriebswirt des Handwerks denkt er nach.

Auch zwei Brüderpaare holten sich ihren Meister – Sebastian (30) und Valentin Haßlberger (27) aus Rottau bzw. Übersee sowie die 25-jährigen Zwillinge Manuel und Marcel Sedlmeier aus Deggendorf. Alle Teilnehmer/innen mussten sich in über 500 Unterrichtseinheiten nicht nur durch Themen von Buchführung und Lebensmittelhygiene bis hin zu Steuerrecht und Arbeitspädagogik in der Fachtheorie kämpfen. Der umfangreiche Lehrplan umfasste im Praxisteil Themen wie Zerlegen und Wurstproduktion sowie Perfektionierung von Verkaufsgesprächen und Warenpräsentation. Eine Exkursion zum Vion-Schlachthof in Waldkraiburg gab Einblicke in die Praxis. Neben Meisterbrief und Schuldiplom erhielt jeder ein silbernes „Meister-M“ fürs Revers.

www.fleischerschule-landshut.de



Foto: 1. BFS

Mit **FH** FLEISCHER-HANDWERK Energiekosten sparen

Profitieren Sie als Abonnent von unserer Vorteilskampagne und sparen Sie demnächst bei den Energiekosten.

Unsere Kooperationspartner Johannes Schuetze AG und InTime Media Services GmbH überprüfen unverbindlich Ihre bisherigen Energiekosten und können diese durch einen gebündelten Energieeinkauf zukünftig deutlich verringern.

Wollen auch Sie Ihren Vorteil nutzen und bei Ihren Energiekosten sparen? Kontaktieren Sie uns gerne!

Johannes Schuetze AG
Johannes Schuetze
(0176) 98 35 00 00
Johannes.Schuetze@johannesschuetze.com

InTime Media Services GmbH
Friedrich Streng
(0176) 23 86 35 44
Friedrich.Streng@itms-gmbh.de

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Basak Aktas
(089) 370 60 270
b.aktas@blmedien.de

DIGITAL COACHEN



Nach www.wurstgeschwister.de 2016 starteten die Fleischertöchter Anja und Nadine Rüweling mit der Coaching-Plattform „Appetit auf den Beruf“ ihr zweites digitales Projekt.

Was genau verbirgt sich dahinter?

„Appetit auf den Beruf“ ist eine digitale Coaching-Plattform. Betriebsleiter/-innen aus dem Lebensmittelhandwerk können sich durch neun Themenblöcke klicken und zu Personalmarketing, Personalgewinnung und Personalbindung informieren. Im Themenblock „Auf sich aufmerksam machen“ geht es etwa um die verschiedenen Suchkanäle, die Schulabgängern/-innen für die Suche nach Ausbildungsplätzen nutzen. Google liegt da ganz vorne, weswegen es eine kurze Einleitung für die Nutzung gibt.

Warum habt ihr Euch nach www.wurstgeschwister.de für dieses Projekt engagiert?

Durch den Kontakt, den wir mit [wurstgeschwister.de](http://www.wurstgeschwister.de) zu Lebensmittelhandwerkern/-innen hatten, wurde immer deutlicher, dass der Bedarf auf Verbraucherseite für Produkte aus dem Lebensmittelhandwerk zwar da ist, aber es immer schwieriger wird, Auszubildende und Fachpersonal zu gewinnen. Die meisten

Handwerksbetriebe haben keine Personalabteilung oder kaum Budget dafür. Rekrutierung und Personalbindung laufen im Alltag so mit.

An wen richtet sich die Plattform?

An Betriebsleiter/-innen, die orts- und zeitungebunden auf die Inhalte zugreifen können. Die Plattform ist kostenlos, sodass sie sich nach Bedürfnis informieren können. Manche Betriebe sind ja schon sehr kreativ, was die Suche nach Personal angeht. Andere könnten noch viel mehr machen. An der Stelle setzen wir an und wollen möglichst alle ansprechen. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gefördert.

Was sind Eure Ziele damit?

Das Ziel ist es, den Betriebsleitern/-innen von Handwerksbetrieben eine Art Hilfestellung für die Rekrutierung und Bindung von Fachkräften an die Hand zu geben. Es gibt dazu konkrete Beispiele zum Nachmachen, Videos zur Handhabung von Suchkanälen, einen



Podcast zu allen Fragen im Bewerbungsprozess, Leitfäden für Personalgespräche, Tipps zur Personalführung sowie Fotos und Vorlagen von Stellenanzeigen zum Downloaden. Jede(r) Betriebsleiter/-in kann die für ihn oder sie hilfreichen Inhalte raussuchen und die Plattform ebenso nutzen. *mth*
www.appetitaufdenberuf.de

Fleischerinnung Bergisches Land Azubi-Aktion mit kreativen Grillwürsten

Fleischer-Azubis der Fleischerinnung Bergisches Land kreierten mit Unterstützung der Moguntia Food Group im Rahmen einer Aktion drei kreative „EM-Würste“. Diese fand unter dem Motto „Leidenschaft und Genuss: Unser Nachwuchs macht Ihre Grillwurst“ noch vor der Corona-Krise statt. In ihrer Ausbildung lernen die Fleischer/innen, vielfältige Fleisch- und Wurstangebote herzustellen, die von traditionellen,



regionalen Rezepturen ihrer Ausbildungsbetriebe sowie zeitgemäßen Kundenbedürfnissen inspiriert werden. Die Moguntia Food Group – allen voran Verkaufsberater und Lebensmittel-Techniker Siegrid Walder – sponserte die jungen Talente mit der richtigen Würze und gab Tipps. Das Ergebnis: der EM-Griller schwarz: Rauchwurst mit Käse; der EM-Griller rot: pikante Kalbs-Grillwurst „Merguez“ mit Paprika und Jalapeño und der EM-Griller gold: Rostbratwurst mit Curry und Kurkuma.

Alle drei wurden im Frühjahr beim Qualitätswettbewerb „Meisterstücke“ des Fleischerverbandes NRW eingereicht und erhielten eine Auszeichnung in Gold. „Ein starkes Ergebnis“, freute sich der Obermeister der Fleischerinnung, Werner Molitor. „So motivieren wir unseren Nachwuchs und können unseren Kunden demonstrieren, was in der Fleischerausbildung geleistet wird.“ „Gegrillt wird immer und so werden die prämierten Würste über die Betriebe der Azubis auch ohne Fußball-EM ihren Weg zum Endverbraucher finden“, sagt Siegfried Walder. Die Aktion wird in den Filialen der Innungsfleischer in Leverkusen, Rhein-Berg und Oberberg fortgeführt. Außerdem gab es ein Gewinnspiel mit Einkaufsgutscheinen im Wert von 8 x 25 €, 4 x 50 € und 1 x 100 €. www.moguntia.com

Fotos: Wurstgeschwister GmbH/Appetit auf den Beruf, Kreishandwerkerschaft Bergisches Land

MIT DER APP ÜBERHOLEN

Das können Kunden der Metzgerei Hack in Freising, wenn sie sich die neue Bestell- und Liefer-App auf ihrem Smartphone installieren. Für Inhaber Steffen Schütze ist das mehr als nur Kundenbindung.



Der findige und experimentierfreudige Metzgermeister hat schon jede Menge Pionierarbeit für das Handwerk geleistet: den ersten bundesweiten Wurstverkaufsautomaten Schlemmer-Box (2012), den Weißwurst-Burger, der bis zur NATO nach Brüssel gelangte (2014), eine aufmerksamkeitsstarke Facebook-Kampagne zur Azubi-Gewinnung (2015), das Bier „Hackgranate“ mit einer lokalen Brauerei (2017) oder als aktives Teammitglied des Butcher Wolfpack – The WBC Team Germany (2018). „Alles dient dem Zweck, als Marke Metzgerei Hack eigenständig erkennbar und nachhaltig sichtbar zu sein“, sagt Steffen Schütze. Und so war es auch mit dem Schritt zur individualisierten Bestell- und Liefer-App. Statt sich einem Dienstleister wie Lieferando o. ä. anzuschließen, suchte er auf dem Netzwerk-Event „Meat & Greet 2019“ in Fürstenfeldbruck den Kontakt zu Dr. Max Schreder (Schreder Consulting, Deggendorf). Gewissermaßen als Testobjekt im Metzgerhandwerk setzten beide die App um, die seit

Januar 2020 einsatzbereit ist und seitdem in immer mehr Metzgereien genutzt wird. Sie sollte eigentlich nur Warteschlangen am Wochenende vermeiden, ist aber seit der Corona-Krise viel mehr als das: ein zusätzlicher Weg der Auftragsabwicklung, der weniger Arbeit macht. „Vorbestellungen ermöglichen eine bessere Planung und Kalkulation. Gehen diese nur via Telefon ein, kostet das meine Mitarbeiter viel Zeit, die man durch die App besser nutzen kann“, betont der 39-Jährige.

LÄUTET DIE ABHOL-KLINGEL...

... dann steht ein Kunde vor der Tür, der seine Bestellung zuvor via Bestell-App aufgegeben hat. Nun flitzt ein Mitarbeiter mit der Ware raus, der Kunde zahlt bar oder mit einem mobilen Lesegerät bargeldlos. Die Bestellungen gehen direkt aus der App in einen Extra-Drucker hinter der Theke und werden dort als Bon ausgedruckt. Rasch werden diese abgearbeitet und zum Abholen vorbereitet. „In der Corona-Krise mit der Vorgabe, weniger Kunden im

Laden bedienen zu können, war das schon ein sehr großer Vorteil. Der Kundenfluss war schneller als zuvor und meine Mitarbeiter konnten weiterbeschäftigt werden“, berichtet er. Auf eine Online-Zahlung verzichtete er bewusst. Die App beinhaltet das gesamte Angebot, z. B. auch Parmesan, dessen Umsatz sich seit März vervierfacht hat, oder andere leckere Feinkostartikel. Hatten damals 300 Kunden die App installiert, sind es heute über 1.000. „Im ersten Halbjahr 2020 kamen so 2.400 Bestellungen zusammen, teilweise auch von neuen Kunden. An den Wochenenden waren es zuvor etwa 60 Bestellungen per Telefon, heute werden viele davon via App getätigt“, sagt er. Seinen Kunden will er alle Möglichkeiten zum Bezahlen geben. Liefern lassen können sich diese die bestellte Ware auch – an bestimmten Tagen je nach Nachfrage, ab einem Einkauf von 30 € frei Haus. Wer darunter bestellt, zahlt 5 € Liefergebühr pro Bestellung. „Alles in allem eine lohnende Sache“, resümiert er. *mth*
www.metzgerei-hack-freising.de





„WIR HALTEN ZUSAMMEN!“

So lautete das Motto einer gemeinsamen Image-Aktion von 15 Metzgern und Fleischern aus der Stadt und dem Landkreis Schweinfurt – und das nicht nur in Corona-Zeiten.

Wer war dabei?

- Landmetzgerei Feiler, Geldersheim
- Metzgerei Dorsch, Schweinfurt
- Metzgerei & Partyservice Geeb, Schweinfurt
- Metzgerei Hemmerich, Geldersheim
- Metzgerei Krückel, Werneck
- Metzgerei Lamprecht, Niederwerrn
- Metzgerei Mai, Poppenhausen
- Metzgerei Michel, Schweinfurt
- Metzgerei Schoppel, Stadtlauringen
- Metzgerei Schmitt, Mönchstockheim
- Metzgerei Uehlein, Schweinfurt
- Metzgerei Unger, Wetzhausen
- Direktvermarktung Matthias Wahler, Albersfeld
- Metzgerei Zum Firsching, Werneck
- Schürger Fleischwaren, Werneck

Was im Januar als Whats App-Gruppe mit wenigen Metzgerkollegen begann, führte im Mai zu einer fünfseitigen Vorstellung von 15 der 20 Handwerksmetzger des Landkreises im Stadtmagazin GMAG. Zudem gab es im Paket einige Tausend Flyer mit Kontaktadressen, Mitarbeiterzahl, Spezialitäten etc. sowie zwei Plakate, zur Kunden-Information in den Betrieben. Ideengeber und federführend dabei waren Felix Dorsch (Metzgerei Dorsch), Thomas Michel und Thomas Warmuth. „Wir haben mit fünf oder sechs Kollegen gerechnet und waren total überrascht, dass fast alle mitgemacht haben“, berichtet Thomas Michel (Metzgerei Michel, Schweinfurt). Noch vor dem Corona-Lockdown traf man sich persönlich in der Gruppe. Da sagte ein älterer Kollege: „Wir müssen einfach sagen, das wir alle etwas Gutes haben. Wir halten doch alle zusammen!“ So stand das Motto fest. Danach intensivierte Felix Dorsch den Kontakt zur in der Stadt ansässigen Werbeagentur Workcafe. Es folgte ein Foto-shooting und man einigte sich darauf, dass jeder Be-

trieb einen mittleren dreistelligen Euro-Betrag dazu beisteuert. Der Grundgedanke bei allem: Zeigen, dass es im regionalen Metzgerhandwerk eine große Vielfalt individueller Spezialitäten gibt – und Zusammenhalt. „Alle haben eine fränkische Bratwurst, aber bei jedem Kollegen schmeckt sie anders“, sagt Thomas Warmuth (Metzgerei Zum Firsching, Werneck). Zusammenhalt bedeutet auch, einen Kunden mal zu einem Kollegen zu schicken, wenn der eine besonders gute andere Wurst hat. Und das machen diese Metzgerkollegen auch. Das Stadtmagazin GMAG liegt an über 450 Stellen im Landkreis aus. Die Schlagworte der Aktion: mehr Individualität, Vertrauen, Kompetenz, Verantwortung und Frische. Die Aktion sei gut angekommen. Und die neue m-Marke von Metzgerhandwerk Bayern war dabei auch gut sichtbar vertreten. Eine Sache fiel Corona aber doch zum Opfer: eine Stempelkarten-Aktion inklusive Gewinnspiel. Die soll nachgeholt werden. Die Whats App-Gruppe ist jedenfalls gewachsen und eine ideale Basis dafür, weitere Aktionen umzusetzen. *mth*

Fotos: Workcafe



DER VEMAG ROBBY - MEISTER FÜR IHRE KREATIVITÄT



Was darf es heute für Ihre
Kunden sein?



VEMAG typisches,
extrem **vielseitiges**
Vorsatzgeräteprogramm
für eine Produktvielfalt,
die Ihre Kunden
begeistert



Sehr **schnelle**
Produktwechsel und
minimale Restmengen
damit Sie spontan
innerhalb von Minuten
auf Nachfrage reagieren
können

Typisch VEMAG – vielseitige Vorsatzgeräte für die kreative Umsetzung Ihrer Produktideen!



MPF818

Premium Burger für den besonderen Genuss: Veredeln Sie Ihre Fleischqualität zu einem Genussburger, individuell nach Form und Dicke. Eigene Formen auf Anfrage.



BC237

Gestern Cevapcici, heute Bällchen und morgen Burger: Der vielseitige BC237 in Verbindung mit dem Alleskönner Robby garantiert für jeden Kunden ein individuelles Produkt. Auch gefüllte Produkte möglich.



Füllkopf981

Voll im Trend: Abfüllen in Becher, Gläser und Dosen. Weiche bis sehr feste Massen werden zuverlässig und tropffrei verarbeitet.



LPV802

Darmhaltevorrichtungen für Ihren Bedarf: Anspruchsvolles und zuverlässiges Abdrehen aller Darmsorten, extrem einfache Produktwechsel und nur von VEMAG: Längen-, Kaliber- und Gewichtskontrolle.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

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

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



EFFIZIENT RÄUCHERN

Handwerkskunst, Transparenz und effiziente Räuchertechnik – nur drei wesentliche Faktoren für die hochwertigen Wurstwaren von Becker's Hofladen in Karlsruhe.

Die Becker's veredeln das Fleisch der eigenen Tiere, stellen ihre Wurstwaren in der hofeigenen Fleischerei selbst her und bieten es im Hofladen zum Kauf an. Die Tiere gelangen auf kurzen Wegen zum Schlachten zum nahe gelegenen Schlachthof, werden danach in der Fleischerei zerlegt und zu edlen Wurstwaren verarbeitet. Um die Produktion besser und effizienter zu gestalten, investierte die Familie Becker in eine Rauchanlage der neuesten Generation, die den Auflagen der Umweltverordnungen und den Hygiene- und HACCP-Richtlinien entspricht. Dazu sollte

diese schnell und stets reproduzierbare Ergebnisse liefern. Die Wahl fiel auf eine Jet Smoke Hybrid 1650 im geschlossenen System mit einem Raucherzeuger RE 201 von Kerres Anlagensysteme. Die alte Anlage wurde an einem Wochenende selbst ausgebaut und der Platz für die neue Anlage vorbereitet. Montags früh waren die Monteure und die neue Anlage da. Bis zum Abend war sie komplett fertig eingebaut. Von der Planung bis zur Inbetriebnahme und auch danach sei alles zur vollsten Zufriedenheit gelaufen. Vertriebsassistentin Gudrun Theiss sprach mit Matthias Becker über seine Erfahrungen damit:

Wie wirkt sich in der Produktion der Einsatz der neuen Anlage aus?

Es hat sich seitdem einiges positiv geändert. Meine Mitarbeiter in der Produktion sind motivierter und haben täglich Freude damit zu arbeiten. Die Bedienung ist kinderleicht und selbsterklärend mit der modernen Touch-Bedienung. Meine Mitarbeiter müssen nur noch den Startknopf drücken. So erbringt die Anlage täglich reproduzierbare gleichbleibende Produkte. Das war mit der alten Anlage nicht so. Die Prozesszeiten haben sich sogar teilweise um die Hälfte reduziert. Die spezielle hybride Luftführung, die eine vertikale und eine horizontale Strömung erzeugt, bringt enorme Vorteile bei der Behandlung der Produkte.

Produzieren Sie auch Rohwürste?

Das haben wir auch vorher schon gemacht. Nun funktioniert es aber erst richtig. Von der Vorreifung bis zum Räuchern und Nachreifen und Trocknen. Durch die eingebaute Kühlung hält die Anlage konstant alle vorgegebenen Parameter. So ist die Wurst, die wir am Vortag nachmittags hineinschieben am nächsten Morgen komplett fertig – manches sogar verkaufsfertig. Dann geht es in unsere Klimaanlage zum Weiterdrehen. Wir müssen nichts mehr zweimal umhängen, weil es noch nachgeräuchert werden muss.

Das Raucharoma in dem geschlossenen, umweltfreundlichen System mit Sägemehl ist sagenhaft. Man kann sogar verschiedene Holzarten beim Raucherzeuger verwenden, etwa Tanne, Kirsche oder Eiche.

Nutzen Sie das Delta T Kochverfahren?

Ja, das ist toll! Der Kerres-Technologe hat mir das empfohlen, um die Scheiben-Stabilität beim Kochen der Kochschinken zu verbessern. Sie sind beim Aufschneiden nun viel stabiler und zerfallen an den Randzonen beim Aufschneiden nicht mehr. Vermutlich ist dadurch auch der Kochverlust geringer.

Haben Sie am Kochverlust allgemein etwas bemerkt in der neuen Technologie?

Durch kürzere Prozesszeiten ergibt sich automatisch weniger Gewichtsverlust. Vor allem bei der Würstchenproduktion merkt man das. Die Würstchen sind knackig und prall. Laut Kerres sind es Einsparungen bis zu 10 %, je nach Produkt. Durch die kürzeren Prozesszeiten sparen wir auch Energie. Wir produzieren CO₂-neutral mit einer Hackschnitzelheizung. Uns ist wichtig, auch andere Ressourcen zu schützen und so effizient wie möglich zu produzieren.

Haben Sie mit der Anlage schon gebacken?

Das wollen wir bei der Ferkel-Saison im Herbst anfangen. Ich denke, dass die hybride Luftzirkulation es zulassen wird, Spanferkel auf mehreren Etagen gleichmäßig zu backen. Kerres hat uns versprochen, dass dies sehr gut und gleichmäßig funktioniert und dass sie Kunden haben, die ganz volle Rauchwagen mit Leberkäse belegen, ohne Zwischenabstände zwischen den Formen zu haben. www.beckershofladen.de, www.kerres-group.de



CORONA? NA UND!

Wie haben Metzgereien die Herausforderungen der Corona-Krise gemeistert? Hier einige ausgewählte Beispiele kreativer Köpfe aus dem Trüffeljagd-Netzwerk.

Die Ausbreitung des Corona-Virus stellt Metzgereibetriebe auf die Probe. Engpässe in der Produktion, Hygieneauflagen, ausbleibende Aufträge sowie der Wegfall einzelner Geschäftsbereiche zählen zu Einschränkungen, mit denen die Betriebe zu kämpfen haben. Nur wer sich anpasst, flexibel agiert und sich Krisen mit durchdachten Lösungen stellt, kann sie überstehen. Der Blick über die eigene Tätigkeit hinaus, eine gute Vernetzung sowie gegenseitige Unterstützung bieten dabei große Chancen. Die Adalbert-Raps-Stiftung fördert besonders in Krisen den Austausch relevanter Akteure mit der Initiative „Trüffeljagd“ (www.trueffeljagd.org). Hier nun vier Beispiele:



METZGEREI HEINDL: METZGER-DRIVE-IN

Hans und Carmen Heindl führen die Metzgerei aus Untergriesbach in fünfter Generation. Neben dem Verkauf in sieben Filialen bietet sie einen Catering- und Partyservice, der aber aufgrund von Corona kaum Umsatz erbringt. Um die Entwicklung hin zu einem gestärkten Bewusstsein für regionale Produkte und so auch den Verkauf vor Ort zu stärken, setzt die Metzgerei auf einen Drive-In für einen angenehmen und risikofreien Einkauf: Die Kunden bestellen die Waren etwa via Telefon, oder WhatsApp vor und erhalten direkt Rückmeldung zur Verfügbarkeit und entsprechenden Kosten. Die Abholung und Bezahlung erfolgt kontaktlos: Die Kunden geben vor der Abholung an, mit welcher Scheingröße sie bezahlen und ermöglichen es so, das für den Einkauf passende Wechselgeld in einem Umschlag beizulegen. Bei Ankunft vor der Filiale hupt der Besteller leicht, woraufhin die Verkaufsmitarbeiter die gepackten Einkäufe gegen einen bereitliegenden Geldumschlag aushändigen.

www.metzgerei-heindl.de

METZGEREI BRATH: DIGITALE KOMPETENZ

Von Anfang an reagierte Heiko Brath mit Bedacht auf die Pandemie. Die in der Karlsruher Metzgerei umgesetzten Abstandsmarkierungen und -regeln schützten nicht nur Mitarbeitenden und Kunden, sondern führten auch zu längeren Wartezeiten im kleinen Ladengeschäft und so zu Umsatzeinbußen. Die Lösung: Der Mittagstisch wurde in die Hofeinfahrt und die Abholung vorbestellter Einkäufe in die durch eine Mauer abgetrennte Einfahrt des Nachbarn verlagert. Über ein extra aufgebautes Podest werden die Waren über die Mauer an die Kunden ausgehändigt und generieren als „Mauer-Verkäufe“ fast 40 % des Umsatzes. Das Geschäft konnte Heiko Brath aber vor allem durch seine digitalen Kompetenzen beleben. Dabei baute er auch seine Social-Media-Aktivitäten aus. Egal ob Tasting, Kochkurs oder Grillabend: Waren derartige Events lange ein wichtiger Geschäftszweig, sollten sie es auch jetzt bleiben – mit einem Unterschied. Die Veranstaltungen finden nicht live, sondern per Zoom-Videokonferenz statt – nach wie vor aber in geselliger Runde. www.metzgerei-brath.de



Fotos: Colourbox.de, Metzgerei Heindl, Metzgerei Brath

BIO-METZGEREI DREYMANN: NACHHALTIG & FAIR

Hygiene- und Abstandsbestimmungen stellten Metzgermeister und Fleischsommelier Andreas Dreymann aus Ahrensburg vor Herausforderungen. Das Ladengeschäft musste umgestaltet werden und auch die 17 wöchentlich stattfindenden Marktbesuche galt es den Vorschriften entsprechend zu organisieren. Faktoren, die sich zeitlich und finanziell bemerkbar machen. Doch eine „große berufliche Krise“ blieb aus. Denn: Neben seinem Anspruch an Nachhaltigkeit, artgerechter Tierhaltung und der von ihm gelebten Kundennähe, ist es ihm ein besonderes Anliegen, fair gegenüber seinen Mitarbeitenden aufzutreten. Werte, die sich in der Krise bezahlt machen. Sei es hinsichtlich des großen Zuspruchs seiner noch qualitätsbewussteren Kunden oder der Loyalität seines Teams. Die stets dagewesene starke Orientierung am Endverbraucher sorgt zudem dafür, dass ein Problem, das vielen derzeit stark zu schaffen macht, für ihn kaum ins Gewicht fällt: Der Ausfall der Belieferung des Großhandels. www.metzgerei-dreymann.de



Fotos: Bio-Metzgerei Dreymann, Metzgerei Bohnert

METZGEREI BOHNERT: LIEFERSERVICE AUSGEBAUT

Als Fleischermeister und Fleischsommelier sowie Mitbegründer der Wertegemeinschaft „Metzger des Vertrauens“ stehen Qualität und Regionalität für Jochen Bohnert aus Oberkirch an vorderster Stelle. Corona trifft die Metzgerei auf mehreren Ebenen: So fehlt nicht nur der Umsatz aus Party- und Lieferservice, auch der sonst feste Einnahmenbestandteil aus den für die Region typischen Weinfesten entfällt. Neben den gestiegenen Umsätzen des Ladengeschäfts – besonders die hauseigenen Konserven mit Sauerbraten, Gulasch, etc. aber auch die üblichen Wurstsorten erfreuen sich großer Beliebtheit – kompensiert der Metzgerei-Lieferservice die Einbußen. Bei Eingang bis 11 Uhr werden Bestellungen am gleichen Tag ausgeliefert, kontaktlos übergeben und per Überweisung gezahlt. Der reibungslose Ablauf bei der Organisation sowie die Umsetzung der Schutzmaßnahmen ist dem starken familiären Zusammenhalt und der gegenseitigen Unterstützung zu verdanken. www.metzgerei-bohnert.de

**AICHINGER**

Erfolg lässt sich einrichten.

Als Multispezialist für emotionale Fresh-Food-Erlebnisswelten begeistern wir mit zukunftsweisenden Produkt- und Konzeptlösungen.

Mehr Information unter www.aichinger.de



Die Firmengründer August und Friedrich Lay



Historisches Bild vom Werk in Bad Kissingen



100 JAHRE GESCHMACK

Ob Rohgewürze, Gewürzmischungen, Marinaden, Bio-Produkte, Aromen oder funktionelle Gütezusätze – seit 100 Jahren ist der Name LAY für Qualität und Service bekannt.

Das Unternehmen gilt als verlässlicher Partner, ideenreicher Entwickler und individueller Problemlöser. Dabei gelingt es immer wieder, Produkte zu entwickeln, die speziellen Bedürfnissen nach reduzierten Zusatzstoffen, Allergenen oder ähnlichem gerecht werden, wobei Geschmack und Funktionalität der Produkte erhalten bleiben. Hochwertige Gewürze und Rohstoffe werden weltweit eingekauft, nach sorgfältiger Prüfung in eigenen Laboratorien zu Mischungen weiterverarbeitet und in über 50 Länder exportiert. Im Interview schildert Jörg Gerstein, Vertriebsleitung und Marketing, einige Meilensteine und blickt in die Zukunft:

Flexibilität und Innovationskraft sowie eine durchgängige Kundenorientierung zeichnen das Familienunternehmen aus. Es vertreibt seine Produkte in zertifizierter Qualität an das weiterverarbeitende Handwerk und die Lebensmittelindustrie. Gegründet wurde die Firma 1920 von den Brüdern August und Friedrich Lay in Bad Kissingen

als Konservierungssalzfabrik Gewürzmühle A. & F. Lay. 2008 wurde der Firmensitz nach Grabfeld-Queienfeld in Südthüringen verlegt. Durch die Nähe zum alten Standort konnten die 70 vorhandenen Arbeitsplätze mit Stammpersonal aufrechterhalten und zugleich die Basis für die weitere Entwicklung gelegt werden. Heute sind 130 Mitarbeiter beschäftigt.



„100 Jahre Geschmack – eine Erfolgsgeschichte“, so lautet ihr Motto im Jubiläumsjahr. Wie gelingt es über so lange Zeit den Geschmack der Kunden zu treffen?

Zu allererst haben wir ein Ohr für unsere Kunden. Nur





Heutiger Firmensitz in Grabfeld-Queienfeld im Süden Thüringens

wenn wir wissen, was die Herausforderungen unserer jeweiligen Kunden sind, können wir Lösungen und Produkte anbieten, die am Markt ankommen. Wir sind in vielen Bereichen der Lebensmittelveredelung in Deutschland und in mehr als 50 Ländern dieser Erde unterwegs. Daraus ergeben sich immer wieder Impulse, die wir gemeinsam mit unseren Kunden marktfähig machen können. Nicht zuletzt haben wir uns einer bedingungslosen Qualitätspolitik unserer Rohstoffauswahl verschrieben. Jeder Metzger weiß, dass man nur aus guten Rohstoffen beste Wurst machen kann. Das gilt auch für Gewürzmischungen.

Das Metzgerhandwerk zählt zu ihrer Stammklientel. Wie begeistern Sie diese in ihrem Jubiläumsjahr?

Alle sechs bis acht Wochen erneuern wir eine Reihe von Angeboten, die sich aus bewährten sowie neuen Artikeln zusammensetzen. In erster Linie geht es darum, Ideen zu vermitteln, die sich im Produktionsalltag schnell und einfach umsetzen lassen und deren Geschmack die Kunden einer Metzgerei überzeugt. Das dies zu einem fairen Preis passiert, ist ein angenehmer Nebeneffekt.

Welche nachhaltigen geschmacklichen Trends waren am bedeutendsten für Ihr Unternehmen (und das Fleischerhandwerk)?

Die Firma wurde 1920 als Konservierungssalzfabrik Gewürzmühle A. & F. Lay gegründet. Es steckt schon im Namen, dass es zu Beginn der Unternehmung um technologische Produkte ging, die helfen sollten, die Lebensmittelproduktion nach dem Ersten Weltkrieg zu stabilisieren. Hier ging es vor allem um Haltbarkeit, Produk-

tionssicherheit und effizientere Rezepturen. Parallel hat sich Lay immer mit dem Import und der Veredelung von Kräutern und Gewürzen aus Ursprungsländern beschäftigt. Der Wunsch nach bestem Geschmack für die Wurstherstellung war immer ein Antrieb, beste Gewürze als Rohstoffe zu kaufen und diese auf eigenen Anlagen zu reinigen und zu vermahlen. Dieses Selbstverständnis hat in den 1950er-Jahren schon unseren Werbeslogan „LAY würzt die Wurst“ geprägt. Mit einher ging der Trend, dass viele Metzger den Einsatz hochwertiger Gewürzmischungen bevorzugten und ein großes Sortiment von Gewürzmischungen und Gütezusätzen entwickelt wurde, das in den verschiedenen Regionen Deutschlands, aber auch im Ausland den individuellen Geschmack trifft. Neben den Würstwürzungen hat sich Lay auf Würzöle und Marinaden spezialisiert. Hier bedienen wir ein Spezialitätensortiment für Kunden, die einen typischen Geschmack bei niedriger Dosierung wertschätzen. Bei den hochkonzentrierten Marinaden zieht die Würzung in das Fleisch, der Glanz bleibt erhalten und nur die Menge Öl und Fett wird verwendet, die zum Grillen und Braten notwendig ist.

Wie haben Sie den Markt geprägt?

Lay war 1996 einer der Ersten, die Marinol Würzöle entwickelt und vermarktet haben. Einen weiteren Trend sahen wir in den vergangenen zehn bis 15 Jahren bei dem Verzicht von Zusatzstoffen und Allergenen. Hier folgen wir dem Motto: „So wenig wie möglich, aber so viel wie nötig“. So gibt es etwa im Marinaden-Segment die Produktlinie Mariclean®, bei der auf die Verwendung von Palmfett verzichtet und nur natürliche Gewürzextrakte eingesetzt werden. Zu wissen, was in unseren Produkten enthalten ist, war uns immer wichtig und wird vor dem Hin-

Meilensteine

- 1920:** Gründung des Unternehmens durch August und Friedrich Lay in Bad Kissingen
- 1926:** Produktion von Konservierungssalzen und Nitritpökelsalz im Industriegelände Lindesmühle
- 1961:** Neubau einer Gewürzmühle und eines Mischbetriebes in Bad Kissingen-Reiterswiesen
- 1965/66:** Generationswechsel: Heinz Lay und Dr. Bernhard Lay treten als Komplementäre ins Unternehmen ein
- 1988:** Aufbau von Exportmärkten, zunehmende Internationalisierung
- 1989:** Umwandlung in Lay Gewürze GmbH; Karl-Heinz Dittmer wird Geschäftsführer
- 1996:** Entwicklung der Marinol Gewürzöle mit schwebenden Kräutern und Gewürzen
- 2005:** Übernahme der Firmenanteile durch die Familie Karl-Heinz Dittmer
- 2006:** Auditierung eines zertifizierten Qualitätsmanagementsystems
- 2008:** Neubau des Mischbetriebes, Verwaltung sowie Aufbau eines Technologie- und Entwicklungszentrums in Süd-Thüringen
- 2020:** Erweiterung der Produktions- und Logistikflächen in Queienfeld. Einbau von modernster Mühlentechnik

tergrund der Skandale um Beimischungen und Verfälschungen von Rohwaren ein aktuelles Thema bleiben. Wir haben daher auch in unserer aktuellen Betriebserweiterung neue Mühlentechnik und Reinigungsanlagen installiert.

Was sind für Sie die größten Herausforderungen in den kommenden Jahren?

Der Fleischkonsum wird in den nächsten Jahrzehnten in Europa nicht wachsen. Zudem verändert sich die Situation im Handwerk. Mit unserem Marktanteil in Deutschland sehen wir trotz allem gute Chancen, dass wir uns positiv entwickeln können. Das Netz an Handwerksbetrieben wird nicht mehr so dicht sein, aber aktuelle Beispiele zeigen, dass Handwerk, verbunden mit Engagement und einer Nähe zum Endkunden, Chancen in der Zukunft hat. Es wird größere Betriebe geben, die mehrere Filialen bedienen und Betriebe in guter Lage, die auf Grund von Qualität und Transparenz eine positive Zukunft haben.

Vielen Dank für das Gespräch!
www.lay-gewuerze.de

mith



Schnell mal mit der Karte kontaktlos zahlen, auch beim Einkauf im Laden beim Fleischer – ein Verhalten, das für viele Verbraucher in Deutschland, Österreich und der Schweiz in Zeiten vor Corona nicht alltäglich war.

BALD STANDARD?

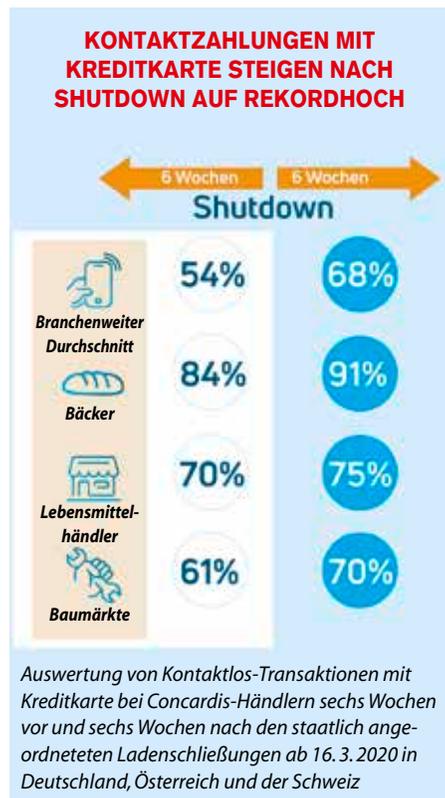
Das Virus und die darauf in diesen drei Ländern folgenden staatlichen Maßnahmen zu dessen Eindämmung haben aber auch im Bezahverhalten am Point of Sale eine klare Veränderung herbeigeführt: Während der Anteil kontaktloser Kreditkartenzahlungen vor der Schließung zahlreicher Ladengeschäfte aufgrund der Corona-Pandemie Mitte März 2020 im Branchendurchschnitt noch bei rund 54 % lag, stieg dieser Wert danach auf einen Rekordstand von 68 %. Zu diesem und weiteren Ergebnissen kommt der Eschborner Zahlungsdienstleister Concardis, der die bargeldlosen Transaktionsdaten seiner Händlerkunden im Zeitraum von sechs Wochen vor und sechs Wochen nach dem Shutdown am 16. März 2020 in Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewertet hat.

MEHR HYGIENE UND KOMFORT

Aufgrund der Corona-Pandemie haben Politik und Handel bargeldloses und kontaktloses Bezahlen forciert. Um das allgemeine Ansteckungsrisiko zu minimieren, wurden die Verbraucher nicht nur aktiv zur Kartennutzung, sondern auch zum kontaktlosen Zahlen per Karte oder Smartphone aufgefordert. Viele haben verstanden, dass diese Form des Bezahlers hygienischer ist als mit Bargeld sowie weitere Vorteile wie Sicherheit und Zeiter-

sparnis bringt. So wurde etwa in Bäckereien in dem untersuchten Zeitraum mit Kreditkarte vorwiegend kontaktlos gezahlt. Der Anteil der Kontaktloszahlungen stieg hier nach dem Shutdown um rund 7 auf 91 %. Bemer-

kenswert ist, dass die Anzahl kontaktloser Transaktionen um mehr als die Hälfte zunahm, während die nicht kontaktlosen Zahlungen um rund 20 % sanken. Im Lebensmittelhandel wurden vor dem Shutdown rund 70 % der Kreditkartenzahlungen kontaktlos getätigt. In den sechs Wochen danach lag der Anteil im Durchschnitt bei knapp 75 %. Die Anzahl an Kontaktloszahlungen mit Kreditkarte in Baumärkten stieg laut den Concardis-Zahlen bei einer Verdopplung des Umsatzes um mehr als 80 %. Entsprechend erhöhte sich der Anteil kontaktloser Transaktionen von 61 % vor den Ladenschließungen auf danach rund 70 %.



EINIGE VORTEILE

Zahlen, die einen klaren Trend aufzeigen, denn die Konsumenten haben Vorbehalte abgebaut und ihr Bezahverhalten in den Wochen nach dem Corona-Shutdown umgestellt. Auch für die Händler hat die Akzeptanz von Kartenzahlungen und das Angebot an den Kunden, die kontaktlos bezahlen, zahlreiche Vorteile. Zum einen geht der Bezahlvorgang einfach und schnell. Zum anderen – und das wird sich angesichts der weiter bestehenden Corona-Gefahr nicht ändern – lassen sich damit staatlich geforderte Hygienestandards erfüllen, d. h. der Direktkontakt mit Bargeld vermeiden. Ergänzend dazu haben im April 2020 vor dem

Im Profil

Concardis ist ein Anbieter digitaler Bezahlösungen mit über 116.000 Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Er ermöglicht es Händlern und Dienstleistern, von der Digitalisierung der Bezahl- und Geschäftsprozesse zu profitieren. Das Leistungsspektrum reicht von Kartenlesegeräten über Bezahlösungen für den Online-Handel bis zu diversen Zusatzleistungen. Weitere Standorte in der DACH-Region sind: Köln, Berlin, Mannheim, Wien, Zürich. Das Unternehmen ist Teil der Nets Group, einem dänischen Zahlungsdienstleister mit 4.100 Kunden in 13 europäischen Ländern und einem Nettoumsatz von mehr als 1 Mrd. €. www.concardis.com

Hintergrund der Pandemie die großen Kreditkartenorganisationen die Limits für kontaktloses Bezahlen von 25 auf 50 € angehoben. So muss der Kunde auch beim Einkauf beim Fleischer beim kontaktlosen Zahlen weder die Karte an den Verkäufer übergeben, noch eine PIN im Terminal eingeben. Concardis kommt zu dem Schluss, dass sich bargeldloses und kontaktloses Bezahlen seitens der Verbraucher weiter durchsetzen wird. Für den Einzelhandel heißt das, sich an die Kundenbedürfnisse anzupassen.

Foto: © Thaspol – fotolia.com

Modulares Warenwirtschaftssystem

CWS2 ist die Weiterentwicklung des Systems „CWS“ und unterstützt Betriebe bei Warenbewegungen, im Ladenverkauf sowie Controlling. Die Integration von Zerlegekalkulationen und Rezepturpflege zur Ermittlung der LMIV-Daten sowie Preiskalkulation und eine umfassende Chargenrückverfolgung vom Wareneingang, Zerlegung, Produktion bis zur Auslieferung runden die Branchensoftware ab. Das Modul CWS2/Fleischwirtschaft dient zur Kalkulation von Fleisch- und Wurstwaren, ermittelt Analyse-, Allergen- und Nährwertdaten und vereinfacht die Produktionsplanung und Rückverfolgung eingesetzter Rohstoffe. Die Software umfasst zentrale Stammdaten für Rohstoffe mit Analysewerten für Materialdaten, Basiswerten für Gewürze, Därme/Dosen, Verpackungen, Zusatzstoffe, Allergene und Leitsätze für Fleischerzeugnisse. Die kostengenaue Schlachtkalkulation bestimmt interne Einkaufspreise für die Zerlegung. Die Materialpreise werden anhand von Fleischwertpunkten oder Marktpreisen über die Zerlegekalkulation ermittelt. Durch die Preiskalkulation von Verkaufsfleisch und Verarbeitungsmaterialien erhalten Fleischereien Auskunft über den Material-, Herstellkosten-, Selbstkosten- und Filial-Einkaufspreis sowie Preisvorschläge für Großhandel und Läden. www.bizerba.com



Rezeptideen

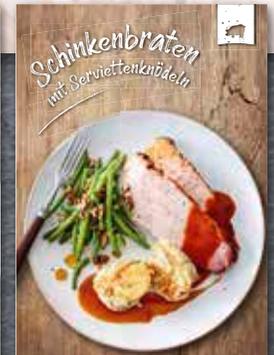
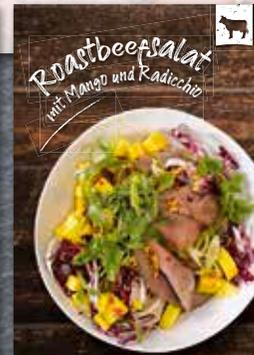
aus Ihrer Fleischerei

Ein ganz besonderer Kundenservice:

- **Kartenständer mit 72 Rezeptkartenmotiven**
- **Einfach aufstellen und sofort einsetzen**
- **Weitere Kartensets mit neuen Rezepten zum Nachbestellen und auffüllen**
- **Viele Leckere Rezeptvorschläge für Rind, Schwein, Lamm, Kalb und Geflügel**
- **Themenspecials z. B. für Wild**



Mmm ... so viele köstliche Rezepte!



Bestellhotline: 02103/204444

Mehr Informationen und online bestellen:
www.blmedien.de/rezeptkarten



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Max-Volmer-Straße 28 40724 Hilden
Fon: 02103 / 20 40 Fax: 02103 / 20 42 04
www.blmedien.de info@blmedien.de

Foto: s: Blickfang... stock.adobe.com, Archiv



Alle(s) an einem Strang

Obwohl sich ein anderer in dem unterfränkischen Städtchen mit fremden Federn schmückt, kommt das Original – die Prichsenstädter Peitschen – aus der Metzgerei Bausewein. Jede Generation hinterlässt hier bemerkenswerte Spuren für den Erfolg der Metzgerei.

Ausnahmsweise ist Manuela Bausewein, die mit ihrem Mann Volker die Metzgerei heute führt, bei meinem Besuch vor Ort im Stammgeschäft. Sie leitet normalerweise die Filiale im 20 km entfernten Kitzingen. Sie sind die sechste Generation. Ihre Töchter Lena (20) und Hanna (21) sitzen in den Startlöchern und tragen ebenso wie Opa Johann „Hans“ (75) und seine Frau Christa als große Stütze im Laden (72) – beide gelernte Metzger – täglich zum erfolgreichen Gelingen des Alltags und Meistern der Herausforderungen bei. „Obwohl der Cateringumsatz 2020 bisher wegen Corona weggefallen ist, bin ich zufrieden. Die gestiegene Nachfrage an den Theken hat vieles aufgefangen“, berichtet Volker Bausewein. Die Familie begrüßt viele Stammkunden. „Viele kommen sogar aus 30 bis 40 km Entfernung zu uns. Das motiviert“, sagt Lena Bausewein. Etwa zu besonderen Picknickkör-

ben in Corona-Zeiten, samt eigens ausgebautem Wein und abwechslungsreichen Wurstspezialitäten. Natürlich auch der von Opa Hans vor Jahren entwickelten Prichsenstädter Peitschen. Er heiratete in die vormalige Metzgerei Sauer ein und schuf nach einigen Versuchen die nicht abgebundenen, langen, dünnen und sehr schmackhaften Räucherwürste. Diese werden in Schlaufen über Rauchstecken gehängt und stückweise im Laden abgeschnitten. „Rund 70 kg pro Woche kommen zusammen“, sagt Volker Bausewein. Seinen Stempel drückte er dem Familienbetrieb seit seiner Übernahme vor sieben Jahren durch die Belieferung der Bedientheken von vier Rewe-Märkten in Volkach, Gerolzhofen, Wiesentheid und Iphofen auf. „Die Märkte suchten handwerkliche Metzgerqualität und kamen auf mich zu“, betont er. Diese Qualität vermittelt das Inhaberpaar auch bei seinen Steak-Tastings.

„Als gelernte Erzieherin und Fachverkäuferin habe ich mich Anfang 2019 zur Fleisch-Sommeliere weitergebildet. Daraus hat sich viel ergeben. Der Austausch und das Networking sind unverzichtbar“, lobt Manuela Bausewein, die sich auch im Prüfungsausschuss engagiert.

FRÄNKISCHE VIELFALT

Vor gut fünf Jahren stand die Planung für den Umbau der Produktion an. Alle Räume der Metzgerei erstrecken sich über drei Häuser. Seitdem ist die Produktionsfläche mehr als doppelt so groß. „Und die Anlieferung ist wie hygienemäßig gefordert überdacht, was bei der Umsetzung in den engen Gassen unseres Städtchens nicht so einfach war“, sagt der Inhaber. Aber es hat funktioniert. Selbst geschlachtet werden Färsen – zwei pro Woche werden verarbeitet oder reifen über bis zu sieben Wochen zu Dry age-Spezialitäten. Rund



30 Schweine pro Woche züchtet und schlachtet das Staatsgut Schwarzenau, eine Lehr- und Versuchsanstalt in Schwarzach am Main für die Metzgerei. Die Hälften werden dort abgeholt. Die Tiere stammen von rund 20 kleineren Bauern aus einem Umkreis von maximal 20 km. „Weiteres Fleisch kommt von einem Wagyu-Züchter sowie ‚Steigerwälder Bauernschweine‘, erklärt er. Inklusiv ihm selbst und Vater Hans arbeiten sechs Personen in der Produktion. Die Metzgerfamilie beschäftigt 20 Mitarbeiter, davon eine Auszubildende im Verkauf im 2. Lehrjahr in der Filiale. Diese wird täglich beliefert, ebenso wie Kunden aus der Hotellerie und Gastronomie.

Neben der „Peitschen“ beliebt sind fränkische Bratwürste, mediterrane Mettwurst (Teewurst), Salbeistange oder Fenchelsalami. Ein gutes Dutzend Salamisorten gibt es, sechs bis sieben

KONZEPT

METZGEREI BAUSEWEIN – PRICHSENSTADT

Familienbetrieb in 6. Generation mit Hauptgeschäft in historischer Altstadt sowie einer Filiale in Kitzingen. Belieferung von vier Rewe-Märkten. Steak-Tastings, „Weinrestaurant“ (eigener Wein), Staatsehrenpreisträger Bayern (2015, 2018).

Gemeinsam stark (v.l.): Hanna, Johann, Hans', Christa, Lena, Volker und Manuela Bausewein

ERFOLGSFAKTOREN

- **Authentisch sein, sich nicht verbiegen lassen**
- **Qualität und Standards halten**
- **Eingespieltes Team, starker familiärer Zusammenhalt**
- **Permanente Weiterbildung**
- **Netzwerken in der Branche**
- **Zwölf Jahre „Rhöner Wurstmarkt“**

wöchentlich. Auszeichnungen gab es etwa für roten Presssack, Cacciatore oder die Falterturmsalami. Und auch Tochter Lena ist seit Jahren auf der Erfolgsspur: 2018 erster Platz auf der SÜFFA mit der Berufsschule, 2019 Innungs-, Kammer- und Landessiegerin in Bayern sowie seit März 2020 Mitglied der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerk, was nicht nur Opa Hans und Oma Christa mit Stolz erfüllt.

SCHWESTERN-POWER

Hanna Bausewein ist gelernte Köchin und für Catering & Küche sowie Social Media zuständig. Seit zwei Jahren ist sie nach einem Abstecher in die Medienwelt bei Radio und Zeitung zurück in der Metzgerei. Sie habe das Speisenangebot „etwas modernisiert“, lächelt sie. Zusammen mit ihrer Schwester startete die Ex-Prichsenstädter Weinprinzessin in der Weinstube im Elternhaus ein „Weinrestaurant“. „Es gibt 30 Plätze, die rasch ausgebucht sind. Dreimal an einem letzten Freitag im Monat haben wir das bis Corona gemacht“, berichtet Lena, die sich im Herbst in Kulmbach zum Fleischtechniker weiterbildet wird. Beworben wurde das via Facebook und einem Thekenschild. Dann gibt es z. B. Wildkräutersalat/Burrata/Mango Chutney, Süßkartoffelsüppchen mit Flusskrebse, Rinderbäckchen mit Safran-Risotto oder Walnussparfait mit Zwetschgen. Man darf also noch einiges an kreativer Schwestern-Power erwarten... *mth*

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Autoklav:** Korimat
- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Fahrzeuge:** Wükaro
- **Füller:** Handtman
- **Gewürze:** Frutarom (Gewürzmüller), Raps, Hagesüd, Hela, Moguntia (Indasia)
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Reich
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Speckschneider:** Rühle
- **Spültechnik:** Jeros
- **Vakuumentchnik:** Komet
- **Wolf:** Rex Technologie/Düker Rex



Meat & Love

Ihre Liebe zu Fleisch, Essen, Genuss und zueinander brachte Mandy Hubrich und Philipp Neumann zusammen. Ende Oktober 2019 eröffneten die beiden Fleisch-Sommeliers in Betzdorf im Landkreis Altenkirchen „Meat & Love ... der Fleischsommelier“.



Alles begann 2012 im Meisterkurs an der Fleischerschule Heyne in Frankfurt am Main, wo sich die beiden erstmals trafen. Seitdem sind sie ein Paar und aktuell verlobt. Um den Jahreswechsel 2018/2019 wurden die Planungen für ein eigenes Metzger-Start-up konkreter. „Der finale Entschluss zur Selbständigkeit fiel beim 1. Fleisch-Sommelier-Kurs im März 2019 am BTZ in Weiterstadt“, berichtet der 25-jährige Metzgermeister, der seine Ausbildung hier im Landkreis absolvierte. „Dort haben wir unser Fleisch-Wissen vertieft, und können das hier täglich einbringen. Ich war 21 Jahre lang im Lebensmittel-einzelhandel als Fleischerei-Fachverkäuferin tätig und hatte einfach keine Lust mehr auf das Nichtwissen. Dort verkauft man ja nur und hat keinen Einfluss darauf, eigene Dinge einzubringen“, betont Mandy Hubrich (43).

Parallel zur Weiterbildung begann der Umbau der ehemaligen Hermes-Filiale an der Hauptstraße in Betzdorf – nicht des Paketzustellers, sondern von Hermes Fleischwaren (Hamm a. d. Sieg), das 2019 insolvent ging. Alle Räume wurden grundsaniert – inkl. Produktion rund 300 m². „Die Umbauzeit betrug ein halbes Jahr. Auch einige Wände sind neu. Die Produktion haben wir selbst geplant, beim Laden war uns Björn Guder von bfm-Ladenbau eine große Hilfe“, den wir auch im Umfeld des Kurses kennengelernt haben. Als Bauleiter war er vom Anfang bis zum Schluss dabei. Die Chemie habe einfach gestimmt. Auf den Namen brachte sie der 2019 verstorbene Motivationscoach Sven Tholius, der auch im Weiterstädter Umfeld wirkte. Aus einem Wortspiel wurde innerhalb weniger Monate eine echte Marke im Norden von Rheinland-Pfalz sowie dem angrenzenden Siegerland. In der Wurstproduktion hat Philipp Neumann einen zuverlässigen Mitarbeiter, sodass ihm Zeit für Marketing, Social Media und neue Ideen bleibt. Freitags und samstags unterstützt er seine Mandy im Laden.

KLASSE STATT MASSE

Etwa zwei Drittel der Gesamtfläche umfasst der Verkaufsraum. Gleich rechts neben dem Eingang fällt unübersehbar die 12 m² große, begehbare Salzstein-Reifekammer auf. Gegenüber gibt es rund 30 Sitz- und Stehplätze, an denen nicht nur Mittagsgäste essen, sondern auch Tastings und Seminare stattfinden sollen. Die sind erstmal verschoben. „Im Schnitt hängen in der Reifekammer 30 Rinderrücken, die



Die „Beef App“ war im Januar einsatzbereit.

bei 1,5°C und 80 % Luftfeuchtigkeit mindestens sechs Wochen reifen. Seit der Eröffnung haben wir etwa 140 davon verkauft“, berichtet Philipp Neumann. „Die Rücken von Färsen in Weidehaltung sowie das Fleisch der Duroc-Schweine bekommen wir montags von Steffen Schäfer von ‚Der Vogelsberger‘ angeliefert, den wir auch beim Sommelier-Kurs kennengelernt haben. Pro Woche sind das vier bis fünf neue Rücken“, sagt Mandy Hubrich. Die Top-seller seien Dry Aged Roastbeef und Entrecôte ab 350 g aufwärts, aber auch Dry Aged T-Bone und Porterhouse ab 5 cm Stärke, ergänzt sie. Imbissklassiker gibt es ab 7 Uhr, ab 11 Uhr ein wechselndes Mittagsgeschicht. Rund 50 % davon werden mitgenommen, seit Corona noch mehr. „Meat & Love“ profitiert auch von der Lage – trotz zweier großer Discounter in direkter Nachbarschaft. Viele Kunden kennen den Metzgerstandort einfach.

APP UND MEATBOX

95 % der Wurstspezialitäten sind Eigenproduktion, z. B. Bratwürste, Alpenschinken, Meat & Love-Löckchen u.v.m. – über 1.000 Produktvariationen gibt es. Die Fleisch-Kompetenz zeigt sich in Skirt-Steaks, Bavette, Cuscino und Kachelfleisch vom Schwein, Grillfackeln oder sogar Tomahawks vom Lamm. Bezahlen können Kunden an einem zwischen Bedientheke und Heißer Theke postierten Bezahlautomaten. Gegenüber stehen Regale mit eigener Currywurst im Glas oder Gulaschsuppe, Feinkostartikeln sowie Grillzubehör, was der Grillpassion des Paares geschuldet ist. Top up-to-date sind die beiden auch mit der von Philipp mit Hilfe eines „Baukastens“ ent-

wickelten „Beef-App“, die seit Januar im Einsatz ist. Diese Schnittstelle bedeutet weniger Arbeit und mehr Zeit. Rasch steigerte sich die Nutzerzahl durch Corona auf 1.300 und diese Kunden profitieren von der Pionierleistung dieser Metzgerei in diesem Landkreis als Erste. „Wir wollten einfach noch direkter bei unseren Kunden sein“, betont er. Vom Look identisch mit der Website, bietet die App auch Know-how zu Fleisch-Cuts („Beef Wissen“), eine Rezept-Datenbank, Termine und News via Facebook, Speisepläne und eine Feedback-Möglichkeit. Auch die Bestückungsliste des Anfang Juli 2020 gestarteten Verkaufsautomaten „MeatBox“ ist darin zu finden. „Hochwertig – regional – lecker. Top-Qualität vom Fleischsommelier“ – dieses Versprechen begrüßt die Nutzer der App beim Starten. Mit Leidenschaft für ihren Beruf hat das Paar schon viele Kunden überzeugt. *mth*

www.meatandlove.de

KONZEPT

MEAT & LOVE ... DER FLEISCHSOMMELIER – BETZDORF

Im Herbst 2019 von einem Fleisch-Sommelier-Paar eröffnete Metzgerei im Westerwald mit Schwerpunkt Fleisch und regionaltypischen Wurstwaren, sechs Mitarbeiter, begehbare Dry-age-Reifekammer, Bestell-App und Verkaufsautomat als USPs.

ERFOLGSFAKTOREN

- Wirklich hinter dem stehen, was man tut
- Fleisch-Kompetenz; Marke „Meat & Love“
- Guter Standort, ausreichend Parkplätze
- Verbindung von Tradition und Moderne
- Transparenz und Service
- Gutes Netzwerk

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Cliptechnik:** Poly-clip System
- **Füller:** Handtman
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** MKN, Unox ovens planet
- **Ladenbau:** bfm Ladenbau
- **Naturgewürze:** Raps, AVO-Werke
- **Scherbeneiserzeuger:** Maja Maschinenfabrik
- **Spültechnik:** Hobart
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Wolf:** Seydelmann

Eine Frage der Haltung

Handwerkskunst wie sie die Stammkunden der Metzgerei Fink in Brixen, Südtirol, lieben, hindert Doris und Thomas Fink nicht daran, im Marketing außergewöhnlich kreativ und innovativ aufzutreten.



KONZEPT

Seit den 1920er-Jahren bestehendes Familienunternehmen in der Altstadt von Brixen in Südtirol mit traditionellen Wurstspezialitäten und Qualitätsfleisch.

ERFOLGSFAKTOREN

- Traditionen wahren
- Kreative Marketing-Ideen
- Regionaler Bezug der Rohware Fleisch
- Authentisch sein
- Kundenwünsche erkennen und erfüllen

Die Metzgerei kaufte Thomas Finks Urgroßvater in den 1920er-Jahren, 1999/2000 übernahm er den Betrieb vom Vater. Das direkt nebenan liegende Restaurant Fink betreibt heute ein Cousin. Die Metzgerei beliefert ihn mit Wurstspezialitäten und teilweise auch mit Fleisch. Thomas Fink setzt auf Qualitätsfleisch. Die frühzeitige Spezialisierung begann, als in den 1980er- und 1990er-Jahren Supermarktketten in den Südtiroler Markt drängten. Die Differenzierung von der Billigschiene war folgerichtig, da der Familienbetrieb seit jeher Wert auf gutes Fleisch legt. „Der Schritt nach vorne war, daneben hochpreisiges Qualitätsfleisch und Bio-Fleisch anzubieten“, erklärt Thomas Fink. Bei ihm ist alles selbst gemacht. Das Rind- und Kalbfleisch stammt wann immer möglich aus der Region. Das Geflügel kommt aus den Nachbarregionen Trient und dem Veneto. Bio-Hühner aus Freilandhaltung bezieht er von einem Anbieter aus dem 5 km entfernten Feldthurns. „Gut gehaltene Tiere ergeben automatisch gutes Fleisch“, sagt er. Aus dem Fleisch, das über die Theke des kleinen, aber feinen Ladens geht, macht er auch seine Würstchen.

ITALIENISCH-DEUTSCHER GESCHMACK

Die Wurstproduktion pro Woche beläuft sich auf 150 bis 200 kg sowie 80 bis 100 kg Schinken, aufgeteilt in Sorten wie Geflügel-, Kräuter- und Pizzaschinken. Produziert werden Würstchen, Weißwürste, Aufschnitt, Kaminwurzn, Fleischkäse und Bratwürste. Dazu wird im Schnitt ein Rind pro Woche verarbeitet. Der Verbrauch von Schwein ist seit Jahren rückgängig, früher waren es vier bis fünf ganze Schweine. Die Schweine kommen aus guter Zucht aus Österreich oder Deutschland, da es in Südtirol keine Züchter

PROFI-PARTNER

- **Backofen:** Unox ovens
- **Bandsäge:** Freund Maschinenfabrik
- **Kassensystem:** Olivetti
- **Kutter:** Kilia
- **Schneiden & Zerkleinern:** Bizerba
- **Wägetechnik:** Bizerba
- **Vakuumentchnik:** Komet



mehr gibt. „Für mich persönlich geht für ein guten Schinken oder ein gutes Würstchen nichts über Schweinefleisch“, betont er. Das Fleisch zerlegt er selbst. Die Bauern liefern es an den Brixner Schlachthof. „Ich lasse es so lang wie möglich am Knochen reifen, da ich der Meinung bin, das ist die beste Methode“, sagt er. Der italienische Kunde bevorzuge Kalb- und Rindfleisch sowie Geflügel. Daher gibt es nur ein paar Klassiker vom Schwein wie Rippchen, Koteletts oder Filet. Aber auch bei den Italienern steigt die Beliebtheit von Brühwürstchen. Die Bestseller sind Gulasch, Hackfleischsauce (Ragout), Suppen, Sauerkraut, Frikadellen sowie panierte und vorgewürzte Schnitzel. Viele Menschen leben in Haus-

halten mit bis zu drei Personen. Deshalb produziert eine Köchin eine ganze Reihe an schmackhaften Fertig- und Halbfertigprodukten dieser Art. Die Hochsaison ist neben Valentinstag und Ostern das zweite Halbjahr. Ab Juli kommen die Touristen und kaufen lokale Spezialitäten wie Speck, Bündner Fleisch, Kaminwurzn oder kleine Salamis zum Mitnehmen, die keine Kühlung erfordern.

WAHRER DER TRADITION
Schinken und Kaminwurzn sind die Ursprungsprodukte der Familie. Thomas Fink hat die traditionellen Produkte nur minimal verfeinert. „Ich habe viel Feedback der Kunden bekommen, die Produkte doch bitte nicht zu verändern“,

erklärt er. In der Produktion hat er Verfahrensweisen geändert, die sich aber nicht auf den Geschmack ausgewirkt haben. Als er ambitioniert von seinem auswärtigen Jahr, in dem er verschiedene Seminare und Ausbildungskurse besuchte, zurückkehrte, hat er Neues ausprobiert, doch das sei nur auf mäßige Begeisterung gestoßen. „Wir sind ein Bergland und da ist alles ein bisschen engstirnig.“ Bis heute benutzt er einen traditionellen Räucherschrank. Es wird mit harzfreiem Buchenholz und ohne Chemie kaltgeräuchert. „Wir benutzen einen alten ausgeflisten Kühltisch. Dessen Steinmauern speichern die Kälte besser als moderne Geräte. „Sollte die Kühlung mal einen halben Tag ausfallen, erhitzt er sich gerade mal um 0,5 Grad“, erzählt er. Dennoch ist es manchmal mühsam mit den Gegebenheiten zurecht zu kommen. Die Strukturen der Produktionsräume und des Ladens in der Brixner Altstadt sind unveränderbar. „Wir müssen jede Nische und jedes Eck ausnützen“, betont der Metzgermeister.

„OUR MEAT ROCKS“

Konträr zum Traditionssortiment stehen die Werbekampagnen der Finks, die aus der Reihe tanzen. „Meine Frau Doris und ich sind sehr offen, wollen nicht immer

Standard sein und uns differenzieren“, bestätigt der kreative Metzger. Als er vor über 20 Jahren nach einem Logo suchte, wollte er keinesfalls ein Typisches mit Tierköpfen. Es sollte ein schwarzer Hintergrund mit Schrift sein. Gemeinsam mit dem Schwager, der als Werber arbeitet, entwickelte er es dann. Der kam mit der Idee mit rosa Schweinchen mit Tätowierungen an – nicht zuletzt weil der Metzgermeister selbst tätowiert ist. Die Ideen zu Foto-Shootings entwirft er mit seiner Frau, die ansonsten im Verkauf mitarbeitet. So kam es zu Foto-Kampagnen und Slogans wie „Our meat rocks“ oder „Auch harte Kerle stehen auf zartes Rosa“. Dafür wurde die lokale Hockeymannschaft angeheuert. Der neueste Spruch lautet „Everybody needs a magic meat moment“. Für das professionelle Foto posieren zwei Stammkunden als Blues Brothers-Verschnitt. Dass die Jugend diese Musik nicht mehr so kennt, tut den kreativen Ideen der Finks keinen Abbruch: „Entweder habe ich einen Spruch oder ein Bild im Kopf und dann denke ich mir was aus“, sagt er. Für Facebook hilft ihm nun eine Neffe, denn auch Thomas Fink fehlt die Kontinuität, die für den Social Media-Erfolg notwendig ist. Geplant ist, einmal monatlich einen witzigen Spruch mit Bild zu lancieren. vev

**TRANSPORTIEREN,
KÜHLEN,
VERKAUFEN.**




**„2000 Anhänger
500 Gebrauchte“**
• FÜR ALLE EINGATZBEREICHE.

WÖRMANN
www.woermann.eu



WÖRMANN GmbH - Torstraße 29 - 85241 Hebertshausen - 08131/29278-0 - www.woermann.eu

Fotos: Wagner



Automatisierung eignet sich nur für Industriegrößen? Weit gefehlt! Ob Wareneinkauf, Produktion, Etikettierung oder Berichtswesen – Arbeitserleichterungen und effizientere Prozesse sind auch in Handwerksbetrieben möglich.

Automatisierung ist ein Schlagwort der Gegenwart. Oft wird es mit großen Industrieanlagen und hohen Produktionsvolumina in Verbindung gebracht. Was im großen Stil praktiziert wird, funktioniert aber auch im kleineren Maßstab. Durch automatisierte und somit effizientere Prozesse haben Fleischereien mehr Zeit für andere Aufgaben. Dies kann auch ein Puzzlestück im Kampf gegen den Fachkräftemangel sein. Laut BIBB-Datenreport 2020 sind rund 800 Fleischerstellen bundesweit unbesetzt. Die Software Apro.con etwa bietet für alle Bereiche speziell auf das Metzgerhandwerk zugeschnittene Funktionen, um betriebliche Prozesse zu automatisieren.

AUF AUTOPILOT

WARENEINGANG

Fleischereien können mit einem cleveren und bedarfsgerechten Wareneinkauf viel Zeit und Geld sparen – das funktioniert noch besser, wenn dies weitestgehend automatisiert abläuft. Apro.con unterbreitet etwa anhand der Bestandsinformationen fertig ausgefüllte Bestellvorschläge, die sich mit einem Klick in eine Bestellung umwandeln lassen. Zudem eliminiert die Software Mehrfacherfassungen bei Belegen. Das System wandelt per E-Mail versandte Bestellungen automatisch in Wareneingangsaufträge um. Sobald der Metzger Liefermenge und Restlaufzeit kontrolliert hat, werden die Aufträge zur Abrechnung und Bezahlung freigegeben. Ebenso automatisiert: Die Software übernimmt die Preise von Lieferanten, sobald der Wareneingangsauftrag oder die Eingangsrechnung im System erfasst wurde. Dies ist eine ideale Basis, um jederzeit Konditionen und Preise von Lieferanten einzusehen und zu vergleichen.

PRODUKTION

Fleischer mit Filialen oder der Belieferung von Großhandelskunden sind gut beraten, im Rahmen eines detaillierten Produktionsplans



GESCHMACK IST TRUMPF.

keller-brennecke.de

ohne
Fessmann



mit
FESSMANN

Von wegen „schmeckt nach Pappe“!

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

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



festzulegen, wann welches Produkt hergestellt wird. Das stellt sicher, dass in den Filialen stets genügend Ware vorhanden ist und Geschäftskunden pünktlich beliefert werden. Wer seine Produktionspläne nicht händisch erstellen möchte, dem hilft Apro.con. Die Software erstellt auf Basis eingehender Filial- und Kundenbestellungen Vorschläge für die Produktion oder komplette Produktionspläne. Zudem muss man sich keine Gedanken mehr um die Vergabe der Chargennummern machen. Dies erledigt das Warenwirtschaftssystem – und bucht automatisch auch den Chargen-Bestand.

ETIKETTIERUNG

Wer Waren für das SB-Regal vorverpackt, erhält mit dem Modul Etikettierung ein Werkzeug, um Fleisch- und Wurstwaren effizient zu verpacken. Während des Kommissionierens wählt der Mitarbeiter am PC den zu beliefernden Kunden aus. Kundenspezifische Vorgaben wie ausgehandelte Preise, Etiketteninformationen oder -layouts komplettiert die Software dann automatisch auf Basis der Stammdaten. Dies bildet die Grundlage für einen schnellen Arbeitsablauf und reduziert Eingabefehler. Besonderer Clou: Die Software übernimmt relevante Informationen wie Gewicht, Preis und Mindesthaltbarkeitsdatum automatisch in den Lieferschein.

BESTELLWESEN

Oft verbringen Fleischer viel Zeit mit organisatorischen Aufgaben, statt den Fleischwolf oder den Wurstfüller zu bedienen. Die Software ver-

einfacht und automatisiert viele Prozesse des Bestellwesens und der Faktura. So bleibt mehr Zeit für das Kerngeschäft.

Mitarbeiter erstellen Angebote, indem sie den jeweiligen Kunden aus der Apro.con-Datenbank auswählen. Alle Kontaktdaten, Lieferadresse oder kundenspezifische Preise übernimmt die Software ins Angebotsformular. Hinterher lässt sich das Angebotsformular mit wenigen Mausklicks in eine Bestellung oder einen Auftrag umwandeln und zugehörige Lieferscheine sowie Rechnungen erstellen. Per integrierter Datenschnittstelle übertragen Mitarbeiter zudem alle Daten automatisiert an die Finanzbuchhaltung. Das Ganze funktioniert nicht nur aus dem Büro heraus. Mitarbeiter in einer Filiale erfassen Kundenbestel-

lung auf dem Bedienerbildschirm der Thekenwaage oder einem Tablet. Die Daten werden dann automatisch an die Software übermittelt und eine Filialbestellung generiert.

PREISKALKULATION UND BERICHTSWESEN

Nicht nur bei Produkt-Neuentwicklungen wichtig: Schon wenige Cent im Kostendeckungsbeitrag können über Erfolg oder Misserfolg eines Produkts entscheiden. Daher lohnt es sich, Preiskalkulationen regelmäßig zu kontrollieren. Mit der Software ist das mit wenigen Mausklicks erledigt. Sie berechnet Material-Herstellungskosten automatisch unter Berücksichtigung der hinterlegten Einkaufspreise, Personal-, Maschinen- und Fixkosten. Sie ist zudem in der Lage, automatisch den Verkaufspreis auf der Basis der gewünschten Gewinnmarge zu berechnen. Regelmäßige Auswertungen sind essenziell, um den Überblick über den eigenen Betrieb zu behalten und bilden die Basis, um Prozesse effizienter zu gestalten. Viele Betriebe scheuen sich aber aufgrund des Aufwands vor solchen Maßnahmen. Apro.con bietet dazu über 100 vorgefertigte Vorlagen und dem Fleischer auf Knopfdruck aussagekräftige Auswertungen.

Fazit: Es gibt zahlreiche Ansatzpunkte, um Prozesse in Fleischereibetrieben zu automatisieren. Was oft nur wie eine scheinbar kleine Alltagserleichterung wirkt, entpuppt sich in der Praxis häufig als echter Zeit- und Kosten-sparer. Welches Automatisierungspotenzial ein Betrieb besitzt, muss aber im Einzelfall ermittelt werden.

Bizerba

ETIKETTIEREN UND AUSZEICHNEN

Fleischverarbeitende Betriebe nutzen oft mehrere Geräte, um den unterschiedlichen Anforderungen beim Bedrucken und Auszeichnen von Waren nachzukommen. Der GLP-Imaxx von Bizerba ist so konzipiert, dass er mehrere Funktionalitäten in einem Gerät vereint. Stand-alone bietet er die Möglichkeit zum manuellen Etikettieren von Packungen, Gebinden oder Paletten. Zudem können Betriebe das Gerät als manuellen Preisauszeichner für Festwerte sowie zur gewichtsbezogenen Auszeichnung einsetzen. Verfügbar als Tischausführung oder mit Aufstellständer, findet es auf kleinstem Raum Platz. Darin können Etikettenrollen (Durchmesser bis 300 mm) verarbeitet werden. So lässt sich die Rüstzeit vor allem bei großen Etiketten verringern. Die netzwerkfähigen Drucker sind via Internet direkt ansteuerbar. Durch die werkzeuglose Einstellung und Wartung der Druckeinheit können anfallende Kosten gesenkt und die Druckqualität gesteigert werden. www.bizerba.com



Fotos: Syner/Con/AproCon, Bizerba

SCHONEND & SICHER



DOSIEREN

Jörn Marcks, Dipl.-Ing. (FH) Lebensmitteltechnologie und Produktmanager für Dosierlösungen bei der Handtmann Maschinenfabrik schildert einige Möglichkeiten des Dosierens in unterschiedliche Verpackungsformate.

Welche Lösung bieten Sie dem Fleischerhandwerk zum Thema „Verpackung“?

Handtmann hat ein neues Dosierventil entwickelt, mit dem unterschiedliche Verpackungsformate bedient werden können. Es ist sowohl für die Verarbeitung von Fleischprodukten als auch Produkten wie Soßen, Suppen, Salaten, Dips und Fertigenüs bestens geeignet. Das Angebot im Lieferservice, an der Verkaufstheke, im Catering und für den Mittagstisch lässt sich so ergänzend zum Wurst- und Fleischwarensortiment mit zusätzlichen Produkten in vielfältigen Verpackungen bereichern.

Welche Verpackungsformen sind möglich?

Das Dosierventil ist eine sehr flexible Lösung, die sich einfach in die tägliche Produktion integrieren lässt. Es wird direkt an den Auslauf der Vakuumfüllmaschine angeschlossen. Die Arbeitshöhe lässt sich individuell an Bedienungsperson, Fülltisch oder Transportband anpassen. Das bedeutet, dass in Becher, Schalen, Gläser, Dosen und andere Gebinde präzise und grammgenau dosiert werden kann.

Welche Produkte können mit dem Dosierventil verarbeitet werden?

Der Anwendungs- und Produktbereich ist sehr weitreichend. Grundsätzlich kann es bei weichen, pastösen bis festen, fließfähigen Massen zum Einsatz kommen. D. h. für Produktmassen von sehr flüssig, pastös, inhomogen, stückig, faserig, großen Einlagen oder hohem Flüssigkeitsanteil. Im Convenience-Bereich sind das etwa BBQ-Soßen, Feinkostsalate, Suppen, Dressings, Marinaden, Dips oder Püree. Bei Fleischprodukten sind es Leberwurst, Tatar, Rohwurst, Frischfleisch, Geschnetzeltes, Schaschlik, Gulasch und weitere. Neben dem Standard-Ausstoßkolben gibt es zwei weitere Varianten mit zusätzlicher Schneidfunktion. Diese erlaubt es, auch sehr sensible Produkte, wie Gulasch mit großen Fleischstückchen oder Feinkostsalate, schonend zu dosieren. Die Schneidkante am Ausstoßloben unterstützt hier effektiv, um Karottenstückchen oder Fleischfasern während des Dosiervorgangs zu durchtrennen. So sind Produktqualität und die Gewichtsgenauigkeit exzellent.

www.handtmann.de



Sicher versiegeln

Als Komplettlösung für das Take-away-Geschäft bietet Papstar die Siegelmaschine IP 245 Premium an, die mit mikrowellentauglichen und zu 100 % biologisch abbaubaren Menüschaalen aus Zuckerrohr verwendet wird. Maschine, Schalen und Siegelfolien aus Polyethylen sind aufeinander abgestimmt. Alle Gerichte lassen sich mit der Maschine innerhalb weniger Sekunden auslaufsicher und aromadicht versiegeln. Die Maschine wird manuell bedient. Dank passgenauer Wendesiegelrahmen lassen sich dafür verschiedene Schalen-Optionen nutzen, von ein- bis hin zu mehrteilige Menüschaalen. Die Oberfläche der rund 16 kg schweren, robusten Maschine lässt sich leicht reinigen und garantiert so ein hohes Maß an Hygiene. Die das System komplettierenden Folien sollten von den Kunden getrennt entsorgt werden.

www.papstar-shop.de



Bedarfsorientiert verpacken

In Corona-Zeiten haben viele Fleischereien frisch zubereite Speisen in Eigenregie verpackt. „So können Produkte kundenfreundlich produziert und der gesetzlichen Lage entsprechend angeboten werden. Die Verpackung dient nicht nur der Lagerung und dem Transport, sie kann auch als Werbeträger und Marke des Verkäufers genutzt werden“, sagt Alexander Gegner, Marketingleiter von Webomatic. Für Sous-vide Gerichte im Vakuumbeutel eignet sich die Vakuummaschine SuperMax I. Die integrierte IGT-standard Steuerung sichert durch Features wie zehn mögliche Verpackungsprogramme und separat regelbare Siegel- und Trennzeiten, Vakuumverpackungen für die ideale Haltbarkeit oder Zubereitung. Eine Ergänzung dazu ist der Schrumpftank ST 40, der ohne Druckluft auskommt. Bei einem max. Produktgewicht von 25 kg entstehen in bis zu sechs Takten Schrumpfvorpackungen manuell. www.webomatic.de





Fleischermeister Matthias Tiemann, Metzgerei Bellendorf (Lembeck): „Vor allem gefällt mir der sehr hohe Anteil an intramuskulärem Fett.“



Auch Metzgermeister Christian Thier aus der Fleischerei Thier in Münster ist vom Fleisch dieser Schweine überzeugt.

MARMORIERUNG SCHAFFT MEHRWERT

Ein Unternehmen aus dem Bereich Schweinegenetik bringt ein neues Schwein auf den deutschen Markt: Duroc IMF. Die Zielgruppe: Fleisch-Bedientheken mit Qualitätsführerschaft.

Der Markt mit hochwertigem Schweinefleisch kommt in Bewegung – Nachfrage und Mehrpreisbereitschaft steigen. Fleischkenner und -liebhaber haben beim Rindersteak gelernt: Wenn Fleisch besser schmeckt, dann wegen der Marmorierung. Das verspricht auch das Duroc IMF. IMF steht für intramuskuläres Fett. Mit dem Hinweis auf Duroc verbinden Experten und Verbraucher vor allem Eichelzessende, spanische Freilandschweine. Der Verkaufspreis des Iberico-Schweinefleisches liegt aber in den Fleischtheken noch über dem von Bio-Schweinefleisch. Der Vorteil des Duroc IMF: Es braucht keine Eichelwälder und keine Freilandgehege – es findet in der traditionellen Stallmast ideale Bedingungen. So etwa beim Bauernhof Kortenhorn in Rhede im Landkreis Borken (340 Sauen, 1.200 Ferkelaufzuchtplätze und 1.450 Mastplätze). Ein etwas höherer Preis ist aber auch beim Duroc IMF fällig: Rund 50 € Mehrpreis pro Schwein für den Bauern bedeuten bei

gleichbleibender Kalkulation etwa 1,50 € Mehrpreis pro Kilo an der Fleischtheke.

Die Entwicklung des Duroc IMF geht auf das Unternehmen Topigs Norsvin zurück. Mit den Jungsauern und dem Spermia von Topigs Norsvin werden jährlich über 118 Mio. Schlachtschweine produziert. Wer Masse kann, kann in diesem Fall auch Klasse. Das beweisen die Urteile von Fachleuten aus Fleischvermarktung sowie dem Metzgerhandwerk. Geschlachtet wurden Duroc IMF Schweine z. B. bei Brand Qualitätsfleisch im niedersächsischen Lohne. „Es ist eine ganz tolle Konstellation, dass sich ein Genetik-Unternehmen auf hochwertige Fleischqualität konzentriert. Bisher war es doch meist so, dass rein wirtschaftliche Parameter, etwa die Gewichtszunahme pro Tag, berücksichtigt wurden“, sagt Geschäftsführer Niko Brand.

KEINE ANGST VOR FETT

Viel Erfahrung mit der Schlachtung, Zerlegung und dem Verkauf der Duroc IMF hat Fleischermeister Matthias Tiemann aus der Lembecker Metzgerei Bellendorf: „Ich bin von diesen Duroc-Schweinen überzeugt. Vor allem gefällt mir der sehr hohe Anteil an intramuskulärem Fett. Wenn man sich etwa das Kotelett anguckt, sieht man diese ganz feine Maserung – das sticht komplett ab von allem, was man konventionell kennt.“ Auch Metzgermeister Christian Thier aus Münster hat das Fleisch getestet: „Es ist ein wunderbar trockenes, eher dunkles und festes Fleisch. Es hat eine sehr feine Marmorierung. Man sollte genau hinschauen, um die vielen feinen Fettfasern klar zu erkennen. Diese Marmorierung ist über das ganze Tier hin gleichmäßig und durchzieht den Muskel vollständig.“ Bei der Zerlegung gilt für ihn, dass ein besonderes Schwein



auch eine besondere Schnittführung erfordert: Dabei werden etwa Koteletts, Holzfällersteaks von der Schulter oder Hüftsteaks so geschnitten, dass jeweils 0,5 bis 1 cm Speck am Fleisch bleibt. Der Kotelett-Nackenstrang wird in drei Teile unterteilt, das Mittlere heißt „Entrecôte vom Schwein“. „Mir geht es um zweierlei: Erstens will ich zeigen, dass alle Cuts, die wir vom Rind kennen, genauso beim Schwein gehen. Zweitens will ich den Kunden in kleinen Schritten die Angst vor dem Fett nehmen“, bekräftigt Christian Thier.

MEHRPREIS AKZEPTABEL

Die nächsten Tests galten der Wasserabgabe. Vom Schlachthof bis zum Garen im Heißluft-Backofen ergab sich ein übereinstimmendes Urteil. Kurz nach der Schlachtung bewertete Niko Brand: „Die Duroc-Schweine von Topigs Norsvin haben schönes festes, dunkles Fleisch. Es gibt keine Wässrigkeit und eine sehr gute Optik.“ Nach dem Sortieren des Verarbeitungsfleisches fällt das auch Christian Thier auf: „Die Kisten mit dem sortierten Verarbeitungsfleisch

Topigs Norsvin

Der Innovationsführer im Bereich Schweinegenetik hat seine deutsche Zentrale in Senden bei Münster. Das Unternehmen verkauft pro Jahr mehr als 1,8 Millionen Jungsauern und über 11 Millionen Tuben Sperma. Damit werden pro Jahr weltweit zirka 118 Millionen Schlachtschweine produziert. Mit dem neu gezüchteten Duroc IMF startet Topigs Norsvin in der Fleischvermarktung. Über ein Netz aus regionalen Schlachthöfen ist das Fleisch deutschlandweit verfügbar.



des Duroc IMF zeigten keinen erkennbaren Austritt von Fleischsaft.“ Einen weiteren Test machte seine Ehefrau Petra in der Feinkostküche der Fleischerei. Sie hatte einen Backschinken vom Duroc IMF bei Niedrigtemperatur über Nacht gegart. Ihr Fazit: „Wir hatten ein großartiges, saftiges Ergebnis bei einem Garverlust von nur 12,54 %. Das ist schon bemerkenswert.“ Alle, die an den Praxistests zum Duroc IMF beteiligt waren, sind nicht nur Fleisch-Experten, sondern auch Kaufleute. Die

Kernfrage gilt dem Preis-Leistungsverhältnis. Dazu Matthias Tiemann: „Der Mehrpreis ist derzeit akzeptabel. Durch die höhere Speckdicke ist zwar die Wirtschaftlichkeit etwas geringer, aber das wird durch die viel bessere Fleischqualität aufgewogen.“ Auch Christian Thier gibt „grünes Licht“ in Sachen Wirtschaftlichkeit: „Das Duroc IMF hat das beste Preis-Leistungsverhältnis aller gehobenen Schweinefleisch-Qualitäten, die ich kenne.“ www.macher-by-topignorsvin.de



SORRY!
ABER WIR
KÖNNEN NUR
LECKER!

Wir entschuldigen uns bei allen Fleischern, deren Kunden und carneo-Lesern für unsere „heißen“ Food-Pinups. Wir können aber leider nur lecker! Deshalb übernehmen wir keine Haftung für die carneo-Nebenwirkungen wie plötzliche Fressattacken oder Fleischgelüste und deren Auswirkungen...

Euer carneo-Team

carneo[®]
Das Kundenmagazin des
Deutschen Fleischerhandwerks



Weitere Infos und Musterheft:
www.blmedien.de/carneo oder Tel. 02103/204444

Scan me

ENERGIE aus der Schüssel

Die MOGUNTIA FOOD GROUP macht Lust auf Bowls.

In den sozialen Netzwerken hat sich der Food-Trend der bunt gefüllten Schüsseln rasch verbreitet. Bowl-Gerichte sieht man auf der Straße, in Kantinen oder in heimischen Küchen. Marcus Vollmer, Fachberater bei der MOGUNTIA FOOD GROUP, erklärt die Zubereitung dieser gesunden Gerichte und warum sich diese neue Food-Mode an Sommertagen perfekt für Ihr Mittagsangebot eignet.

Die Idee einer Bowl ist einfach: Frische, leichte Zutaten werden in einer Schüssel ansprechend angerichtet. „Die vielen Farben und Formen der unterschiedlichen Lebensmittel regen den Appetit an und machen diese Schüssel-Gerichte zu Hinguckern in Ihrer Auslage“, erklärt Marcus Vollmer und ergänzt: „Bowls bedienen den Trend zu einem gesünderen Lebensstil und sind daher gerade im Sommer eine schmackhafte und leichte Alternative zum klassischen Mittagstisch. Sie können auch als gesundes Fast-Food im SB-Regal angeboten werden.“

Dabei sind Bowls nicht nur ein Augenschmaus, sondern auch ernährungsphysiologisch wertvoll, da vor allem gesunde und frische Lebensmittel in die Schüssel kommen. Sie schmecken leicht und lecker und lassen sich ganz praktisch mit einer Gabel genießen. Wunderbar bequem für die Mittagspause im Park oder als leckerer Snack auf dem Sofa.

Was kommt in die Bowl?

Bowl-Gerichte leben von Vielfalt und Liebe zum Detail. Für Ihre Frischetheke besteht eine Bowl bestenfalls aus...

... einer **Sättigungsbeilage**, z. B. mariniertem Bulgur, Wok-Reis oder Couscous.

... **frischen Komponenten** wie saisonalem vorgegartem Gemüse, bunt gemischtem Salat oder frischem Obst.

... einer **ordentlichen Portion Proteinen** wie mariniert und gegrillter Hähnchenbrust, gebratenen Schweinefilet-Streifen, gegartem Fisch.

... denkbar ist auch eine **vegetarische Variante** mit Tofu-Würfeln oder Bratlingen.

Alle Zutaten sind in mundgerechte Stücke zerteilt und mit einem spritzigen Dressing und knackigen Topping aus Nüssen und Kernen abgerundet. „Ein gutes Dressing ist die halbe Miete“, weiß der gelernte Koch Marcus Vollmer: „Mit dem Sortiment DRESSY® lassen sich abwechslungsreiche Dressings und Dips zu ihrer Lieblingsbowl zubereiten“. Ob typisch mediterran mit

kräftigem Kräutergeschmack, erfrischend säuerlich mit Joghurt oder kräftig mit Zwiebeln und pikanten Gewürzen – die MOGUNTIA FOOD GROUP bietet abwechslungsreiche Dressing-Zubereitungen an. Das Dressing sollte erst kurz vor dem Verzehr über der Bowl verteilt werden. Daher ist es bei SB-verpackten Bowls sinnvoll, es separat in der Verpackung anzubieten.

Alles aus einer Hand

Neben den passenden Dressings, feinen Gewürzen und bunten Marinaden zu den Fleisch-, Fisch- und Gemüsekomponenten bietet die MOGUNTIA FOOD GROUP gelingsichere Compounds für vegetarische und vegane Bratlinge. Darüber hinaus führt die familiengeführte Unternehmensgruppe unter der Marke CUISINOR® vegane Couscous- und Bulgur-Zubereitungen. „Unsere Instant-Mischungen sind fertig abgeschmeckt und eine perfekte Sättigungsgrundlage für ein buntes Bowl-Gericht. Sie überzeugen durch einen authentischen Geschmack und eine leichte Handhabung. Nur mit heißem Wasser übergießen und ziehen lassen“, erklärt Marcus Vollmer. Haben Sie Lust, fantasievolle Bowls in Ihrem Geschäft anzubieten? Die MOGUNTIA FOOD GROUP hält neben den passenden Zutaten zahlreiche Rezeptideen für Sie bereit.

MOGUNTIA FOOD GROUP
www.moguntia.com

Nikolaus-Kopernikus-Straße 1
55129 Mainz
Tel.: +49 6131 58 360
Malberger Str. 19
49124 Georgsmarienhütte
Tel.: +49 5401 3370



Hygiene-Status steigern

Hohe Hygienestandards gelten auch für Küchengeräte und -oberflächen. Unter dem Dach HygieniCare verfügen die Kombidämpfer von Convotherm über hygienische Koch- und Reinigungslösungen, die ein hohes Maß an Sicherheit bieten. So tötet etwa das 30-minütige Dampfsterilisierungsprogramm Hygienic Steam bei 130°C mit Dampfhitze Bakterien und Viren auf Besteck und Küchenutensilien ab. Zusätzliche Sicherheit gegen Keimübertragung bieten die Geräte durch Griffe aus antibakteriellem Kunststoff. Das Material mit Silberionen reduziert die Vermehrung von Keimen an neuralgischen Kontaktpunkten des Gerätes. Die antibakterielle Wirkung bleibt auch bei der Reinigung der Griffe bestehen. Das medizinisch und ökologisch unbedenkliche Material erspart einen übermäßigen Einsatz von Desinfektionsmitteln. www.convotherm.com



Stylisches aus Leder

Mit zwei Accessoires möchte Friedr. Dick Grillfans begeistern: einer Lederschürze und einer Leder-Rolltasche. Beide sind aus geschmeidigem Leder im Vintage-Look handgefertigt. Die Schürze (82 x 60 cm) passt sich an den Körper an. Verstellbare Lederriemen mit Schnallenverschluss im Nacken und an der Hüfte ermöglichen ein komfortables Tragen. Mit der Geschirrtuchschlaufe sind das Tuch sowie weiteres Werkzeug, z. B. eine Grillzange, stets griffbereit. Die auf die Schürze abgestimmte Rolltasche (45 x 47 cm) hat fünf Fächer zum individuellen Bestücken. Auch darin lassen sich Messer und Werkzeuge sicher und stilvoll transportieren. www.dick.de



Mobiles Kassenbuch

Am 30.9.2020 endet die Nichtbeanstandungsregelung im Rahmen der Kassensicherungsverordnung. Damit muss jedes Kassensystem ab 1.10.2020 eine zertifizierte TSE-Sicherheitseinrichtung haben. Bald gibt es für die Warenwirtschaftssoftware Apro.con ein Release, mit der Mettler-Toledo-Waagen nahtlos in ihr Warenwirtschafts- und Kassensystem rechtskonform integriert werden können. Neben Detailverbesserungen baut es das Mobile Apps-Angebot aus und führt eine Kassenbuch-Applikation für Smartphones und Tablets ein. Das mobile Kassenbuch hilft dabei, Irrtümer durch unleserliche Handschriften zu vermeiden. Apro.Con hostet nur die Applikation des Kassenbuchs in der Cloud. Alle zugehörige Daten bleiben lokal auf dem Server im Betrieb des Nutzers. Dieser behält so die Kontrolle darüber, wer darauf zugreift. www.aprocon.de

Öl für die Maschinenpflege

Die Problematik der Mineralölkontamination (MOSH/MOAH) in Lebensmitteln ist ein Problem, das bisher niemand lösen konnte. Speziell für die produktberührenden Maschinenbereiche eignen sich rein pflanzliche Mittel, da sie als Gleit- oder Schmiermittel fungieren können. Ein solches ist das Schneideölspray von Boyens Backservice. Es ist harzfrei und oxidationsstabiler als Schneideöle mit und ohne Antioxidantien. Besondere Verfahren entziehen dem Produkt Geschmacks- und Geruchsstoffe und geben ihm die Eigenschaft, Oberflächen hauchdünn mit einem Ölfilm zu überziehen. Daher eignet es sich zur Oberflächenschmierung, als Gleit- und Schmiermittel und zur Wartung und Edelstahlpflege. www.boyensbackservice.de



Oliven & Antipasti

Oliven mit Chili und Zitrone sowie eine Olivenmischung mit Zitrone und Ingwer präsentiert Grossmann Feinkost. Die erste Variante enthält griechische und italienische Oliven mit viel Fruchtfleisch, die Mischung Nocellara de Belice-Oliven ohne Stein. Eine Marinade mit Zitrone, Ingwer und Sojasauce sorgt für eine asiatische Note. Beim Antipasti-Trio „Pepper-Drops-Olive“ werden geschwärzte Oliven ohne Stein mit roten und gelben Pepper-Drops kombiniert. Die Pepper Drop – eine kleine leicht scharfe Paprikaart – steht im Fokus des Gelben Pepper-Drops-Mix. Dazu mischt der Hersteller kleine Käsewürfel mit gelben, süßpikanten Pepper Drops und Oliven. Erhältlich sind die Produkte in 1-kg-Großgebinden. Die Antipasti-Mixe gibt es auch im Viererpack (je 150 g, 160 g). www.grossmann-feinkost.de



Regal und mehr
Das Rückraumregal Boutique/Profile der Marken Costan/Bonnet Névé von Epta ermöglicht neue Formen der Warenpräsentation von Käse und Wurst hinter der Bedientheke. In den praktischen Unterschränken finden verpackte Lebensmittel Platz. Die Innenwände des Kühlmöbels sind aus Edelstahl oder lackiert, auch die Etagere. Das Regal ist in drei Längen (125, 187, 250 cm), zwei Höhen (200, 230 cm) und in einer offenen Version sowie geschlossenen mit Glastüren erhältlich.

In dem unteren Teil befinden sich der Wasserablauf und eine herausziehbare Schublade mit der Elektronik – für eine einfache Wartung. Das Regal ist auch als Stand-alone-Lösung nutzbar, um spezielle Verkostungen anzubieten oder die Interaktion mit den Kunden zu fördern. www.epta-deutschland.com

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

Eilige Anzeigen
unter
Tel. (089) 370 60-200
Fax (089) 370 60-111

VOSS
EINZIGARTIG
SPEZIALISIERT
EFFIZIENT
AUTOKLAVEN
FÜR HANDWERK & INDUSTRIE
www.vos-schott.com

Backtrennmittel

Wir kriegen's gebacken!
Grillsaison!
Der richtige Zeitpunkt für Ihre Zusatzumsätze
Mit dem NEUEN BBQ Grillspray in der praktischen Spraydose von Boyens bleibt kein Grillfleisch mehr am Grillrost kleben und verspricht einen beachtlichen Mehrumsatz mit geringstem Aufwand. Das BBQ Spray ist der perfekte Zusatzverkauf über Ihre Ladentheke, garantiert Ihnen die Anerkennung Ihrer Kunden und rundet ihr Sortiment für die Grillsaison zusätzlich ab.
Jetzt zum Einführungspreis bei Ihrem Großhandel.
boyens
backservice
Top Seller
www.boyens-caterer.de

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



Dry-Ager

EST. 2014
DRY AGER
BUILT FOR BEEF
DAS ORIGINAL
Der Fleischreifeschrank für Metzger & Fleischer
WWW.DRY-AGER.COM

Entsehnungsmaschinen und -anlagen

100 YEARS // **BAADER** //
Innovating Food Value Chains
Office: +49 451 53020
baader@baader.com
www.baader.com

Etiketten

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

Fleischereimaschinen

▲ Füllen
▲ Küttern
▲ Wolfen
dueker
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.superverkauft.de

GIP
www.gastroinfoportal.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

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
DER EXTRAKLASSE



Gütezusätze

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE,
GEWÜRZE UND MARINADEN
DER EXTRAKLASSE



Hygienetechnik



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

www.walter-geraetebau.de

WALTER Gerätebau GmbH

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

Heiße Theke



HEIß UND FRISCH

mit warmen **Showcases** von HAGOLA

- regulierbare Luftfeuchtigkeit und Wärme
- für SB oder Service (Frontscheibe zum Einschieben)
- optisch mehr Verkaufsfläche durch Spiegelelemente
- hygienisch und leicht zu reinigen
- innovative Wärmevertrine für Speisenausgabe



www.hagola.de

04444 201-0 | info@hagola.de

Kühlthekenausstattung



Systemzubehör für Bedientheken



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

fleisch net.de

Wir liefern IHNEN Inhalte,
die SIE brauchen.

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



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



EIN LEBEN VERÄNDERN!

Mit einer Patentschaft können
Sie Kinderarbeit bekämpfen.



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



Kunststoffverkleidung



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

GESUCHT & GEFUNDEN

Pökel- und Massiertechnik



Suhner
food processing equipment

Suhner AG Bremgarten
Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten

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

Rauchstockwaschmaschinen



Eberhardt GmbH

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

Theke



SAUBERMANN
Rammenschutz
vorrichtungen über 25 Jahre
SAUBER
MANN
PRODUKTE

Wand-/ Rammenschutzprofile
in weiß, rotbraun oder
marmoriert. Weitere Farben auf Anfrage

Länge x Höhe 200 x 15 cm oder 200 x 20 cm.
Stärke 1,0 - 3,0 cm



Profil Typ III abgerundet

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

Walzensteaker



günther
Maschinenbau

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

Schinken-/Spindelpressen



Eberhardt GmbH

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



GIP
www.gastroinfoportal.de




Wir haben die Schnauze voll.

Hilf mit deiner Spende:
wwf.de/plastikflut

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

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

Eilige Anzeigen

unter
Tel. (089) 370 60-200
Fax (089) 370 60-111

Tumbler



günther
Maschinenbau

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



Systems for the red meat industry
RENNER

Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd
Telefon 073 66/92096-0
Telefax 073 66/92096-99
www.renner-sht.de



**fleisch
net.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



**Deutsches
Rotes
Kreuz**

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



**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

Autoren dieser Ausgabe:
Horst Buchmann, Verena Wagner (vew)

Anzeigen:

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

Herausgeberin: Annemarie Heinrichsdobler -100

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 23 vom 1.1.2020

Anzeigenabwicklung:

Marvin Demmelmaier	-260,
Felix Hesse	-261

Layout:

Michael Kohler	-255
Liane Rosch	-258
Rita Wildenauer	-254
Lifens e.V.	

Abonnentenbetreuung:
Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de) -270
Patrick Dornacher (p.dornacher@blmedien.de) -271
Mario Reischl (m.reischl@blmedien.de) -272

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 Abpreis 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: COBADE33XXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

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.





NaloSpice

Gewürzhüllen und Bögen



OSKUt^{ex}
KALLE GROUP

oskutex.kallegroup.com

Umsatzsteigerung im Fleischerhandwerk



A 1070 FH 20

Bieten Sie Kaffee zum Frühstück oder Mittagsimbiss – to-go oder im Laden

- ✓ **Attraktive Margen** – Kunden verlangen Kaffee auch beim Fleischer
- ✓ **Immer einsatzbereit** – Full Service per Fernwartung, Hotline oder Techniker vor Ort
- ✓ **Leistungsstark** – auf Knopfdruck 24 Kaffeespezialitäten ohne Wartezeit
- ✓ **Rundum-sorglos-Paket** – von der Wartung bis zur optionalen Belieferung mit Kaffeebohnen



Jetzt Kaffeevollautomaten
günstig mieten:

www.kaffee-partner.de