

2/2021
www.fleischer-handwerk.de

FH FLEISCHER-HANDWERK

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

PRODUKTION

**Achtung an
der Säge!**

FLEISCHER MIT ERFOLG

**Benz Feinkost-
manufaktur, Köngen**

MARKENBILDUNG

**Aus Space
wurde Spice**





Für
Handwerk und
Industrie

TexdaColor

Kleiner Aufwand - großes Ergebnis!



OSKUt^{ex}
KALLE GROUP

oskutex.kallegroup.com



Marco Theimer
Chefredakteur

Eine gute Frage, oder? Die stellen sich sicher auch viele Verbraucher und Kunden immer wieder einmal. Ein Jungbullensteak aus dem Supermarkt, das in einem Fleischwerk der zugehörigen Handelskette 100 km oder mehr entfernt vakuumverpackt wurde? Eine Tomate aus einem Treibhaus in der bayerischen Provinz, die vor allem in Bavaria verkauft wird? Ein Schweineschnitzel konventioneller Herkunft vom Spaltenboden im Discounter? Ein Dry-aged-Tomahawk vom Rind beim Metzger des Vertrauens, der seine Tiere beim wenige Kilometer entfernten Landwirt selbst abholt, schlachtet und verarbeitet? Ein Rohschinken vom selbst geschlachteten Strohschwein, der vom Direktvermarkter in seiner Hofmetzgerei angeboten wird? Oder ein Braten vom Rind, das in einer mobilen Schlachtbox stirbt und online vermarktet wird? Diese Beispiele lassen viele Meinungen und Überzeugungen zu. Ich bin davon überzeugt, dass regional am ehesten bedeutet, dass im Falle von Fleisch und Wurst wenn möglich der eigene Landkreis als Einkaufsstätte dienen sollte – und das sind Sie liebe Leserinnen und Leser.

Doch das ist für viele Deutsche eine Wunschvorstellung, da es gar keinen Fleischer, Metzger oder Schlachter mehr in erreichbarer Nähe zum Wohnort gibt. Und wie kann man Fleisch regional erzeugen und mit einem schönen aufgeklebten Label vermarkten, wenn es gar keinen Schlachthof mehr in der Region gibt? „Fakt ist: 80 % des Fleisches, das in Deutschland gegessen wird, wird in acht großen Schlachtfabriken geschlachtet. Das wurde in den 1980er- und 1990er-Jahren so entschieden und von der Gesellschaft so angenommen“, sagt der Moderator, Journalist und Metzgersohn Klaus Reichert. So ist es – muss es aber nicht sein. Mit seinem Bruder Thomas Reichert, Obermeister der Fleischer-Innung Frankfurt-Darmstadt-Offenbach setzt er sich mit dieser Thematik immer wieder auseinander – in Radio und TV, im Podcast und Buch „Fleisch ist mir nicht Wurst“ oder als geschätzter Experte in Video-Meetings wie dem „Trüffeljagd digital talk“. Es gilt bestehende regionale Schlachtstätten zu erhalten und Betrieben, die heute schon verantwortungsvoll und nachhaltig wirtschaften keine Steine in den Weg zu legen.

Das ist auch eine Forderung die der Deutsche Fleischer-Verband unterstützt. Dieser nahm die erste digitale Obermeistertagung (s. S. 8) zum Anlass seine Mitglieder – in diesem Falle 78 Innungen – im Vorfeld zum Themenkomplex Regionalität zu befragen. 42 % der Betriebe beziehen ihr Schweinefleisch aus einem Umkreis von 20 km, 14 % sogar aus 10 km Umkreis. Beim Rindfleisch sind es 32 % (20 km) und 18 % (10 km). Ein gutes Drittel (31 %) sieht sich durch eine regionale Schlachtstätte gut versorgt, aber auch 29 % sehen diese Versorgung als gefährdet an. Diese Zahlen sprechen zwar eine klare Sprache und untermauern die Bedeutung des Fleischer- und Metzgerhandwerks als Vorzeigebispiel und Anker für Regionalität, doch es gilt weiterhin dafür zu kämpfen, dass es noch lange so bleibt.

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



Meat & Greet 2021

Fleischerhandwerk und Metzgerei der Zukunft

3. Fachkonferenz
25./26. Oktober 2021
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



15



BRANCHENBLICK

Was ist regional? 3
 Aktuelles aus der Branche. 5
 Praktikum in Kanada 7
 Obermeister tagten digital 8
 Die Fleisch-Scouts..... 10
 Homann Snack Star 2020/21 31

10



40

NACHWUCHS

Metzgerei Schneider,
 Plochingen: Offen für Neues 12

NEUE SERIE: MUTMACHER

Metzgermeister Sebastian Müller:
 Lindenberg ist nicht genug 15

WURSTHÜLLEN

Geld verdienen mit Wurst 16

INTERVIEW

Gina Benz,
 Benz Feinkostmanufaktur 21
 Jens Eden, Syner.con/Apro.con 22
 André & Natalie Wittmann, Feinkost
 – Metzgerei Wittmann, Sylt 30

NUTZFAHRZEUGE

Mit Frische begeistern 32

PRODUKTION

Achtung an der Säge 40
 Exzellent recyclingfähig 44

MARKENBILDUNG

Aus Space wurde Spice 46

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt 50
 Impressum..... 52
 Gesucht & gefunden..... 53



30



24



28

FLEISCHER MIT ERFOLG

Krumbach:
 Anders als andere
Familie Diem 24
 Eußenheim-Aschfeld:
 Regional & digital
Familie Dallmann 26
 Berlin-Neukölln:
 Power-Frauen
Jacqueline Dziarsk..... 28

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

Dieser Ausgabe liegt eine Beilage der CT Cliptechnik Deutschland GmbH, Meißen, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

Titelbild: Im Juli 2018 machte sich Fleischermeisterin Gina Benz selbständig. Feine, regionale Frische-Convenience ist seitdem ihr Metier.
 Foto: Benz Feinkostmanufaktur

Fotos: colourbox.de/#230597, Böhm.media, Fleischglück UG, BGN, Feinkost – Metzgerei André Wittmann/ maika hüls-graening, Gasthof-Metzgerei Diem, Stevers



ZDH

Nachwuchskräfte geehrt

Ende vergangenen Jahres ehrten Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier und der Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) Hans Peter Wollseifer die Sieger/innen im bundesweiten Leistungswettbewerb des Deutschen Handwerks 2020 (PLW – Profis leisten was). Die Ehrung im Berliner Hotel Estrel fand per Livestream statt. In über 90 Wettbewerbsberufen (inkl. Fachrichtungen) konnten sich dafür über 800 Landesieger/innen qualifizieren. 228 davon freuen sich über die besondere Auszeichnung der ersten drei Plätze: 95 I. Bundessieger; 76 II. Bundessieger sowie 57 III. Bundessieger. Auch folgende Fleischer/innen und Fachverkäuferinnen im Lebensmittelhandwerk SP Fleischerei waren dabei:

Fleischer/in

- 1. Platz:** Xaver Eck, Metzgerei Heigel & Eck, Miltenberg
- 2. Platz:** Theresa Kampmann, Neuland Fleischvertrieb, Bergkamen
- 3. Platz:** Lukas Eberlein, Fleischerei C. Wünsche, Raschau-Markersbach

Fachverkäuferin im Lebensmittelhandwerk SP Fleischerei

- 1. Platz:** Johanna Schreyer, Edeka Breitenbach, Frammersbach
- 2. Platz:** Sophie Räthel, Metzgerei Bellendorf, Dorsten
- 3. Platz:** Wiebke Uhlenhake, Combi-Verbrauchermärkte, Hagen a.T.W.

Vemag Maschinenbau

Silbermedaille

Große Freude bei Vemag Maschinenbau in Verden. Die Universallösung Linkloader LL335 für das Gruppieren und das vollautomatische Ein- oder Ablegen frischer Würstchen in ein Verpackungsmedium wurde im Rahmen des International FoodTec Awards mit einer Silbermedaille ausgezeichnet. Björn Fechner, Product Manager Sausage Lines, nahm die Auszeichnung entgegen. www.vemag.de



Tre Torri Verlag

Heimat-Küche

Im zehnten Band der Beef!-Meisterstücke, „Heimat“, stehen deutsche Regionalküchen im Fokus. Diese spiegeln kulturelle Traditionen wider, die von den Kulturlandschaften einer Region und ihren Bewohnern bestimmt werden. Aufgeteilt nach Himmelsrichtungen führen Streifzüge durch Heide und Wälder, entlang der Küste und über Streuobstwiesen und bringen dem Leser die Lebensmittel und Gerichte dieser Regionen näher. Porträts und Reportagen über einzigartige Produkte und ihre Anhänger, die sich der Bewahrung regional-typischer Spezialitäten verschrieben haben. Wiesbaden: Beef! Heimat. Tre Torri Verlag, 254 Seiten, 39,90 €.

MARKENSCHAUFENSTER

Fa. Kälte-u.Gastronomietechnik Bradenstein

I + II Wahl mit Garantie

Kühlzellen 120 x 180 cm ab 4.550.- €

Tiefkühlzellen 140 x 174 cm ab 4.950.- €

Kühltheken 200 cm ab 2.798.- €

Gastronomiegeräte neu und gebraucht

Alle Preise + 19% MWST + Montage

Tel. 0911 615051

ebradenstein@aol.com

K+G Wetter

Vertriebsteam verstärkt



K+G Wetter-Vertriebsleiter Volker Grebe (l.) freut sich über eine Verstärkung. Ralf Klein (re.) wird als Gebietsverkaufsleiter Südwest-

Deutschland tätig sein und Heiko Schneider (m.) als Gebietsverkaufsleiter Mittel- und Westdeutschland. „Als Metzgermeister bin ich seit vielen Jahren in der Branche tätig und kenne die Anforderungen aus meiner Erfahrung in der Praxis“, sagt Ralf Klein. Heiko Schneider wird seine beruflichen Erfahrungen und seine Vertriebsexpertise einbringen. „Das Gespräch mit den Kunden und der Austausch mit der Branche ist mir sehr wichtig. Vom ersten Kontakt bis zur Auslieferung der Maschinen und darüber hinaus werde ich als zuverlässiger Partner an der Seite unserer Kunden sein. Als persönlicher Berater vor Ort und dem Team von K+G Wetter im Rücken“, betont er. www.kgwetter.de

• Entschwarter

• Entvliester

• Schneidemaschinen

• Enthäutungs-

• Scherbeneis-



Nock

Know-how in food processing!

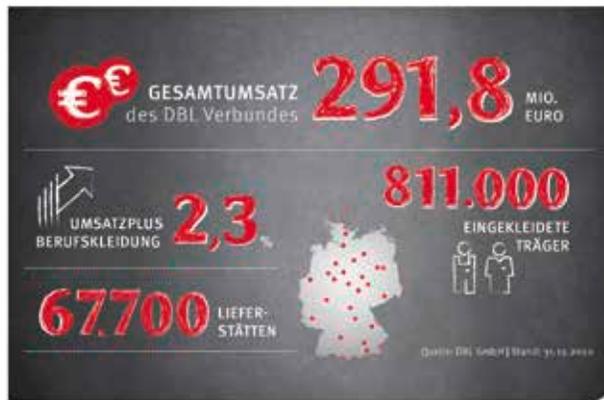
NOCK Maschinenbau GmbH
Industriestraße 14
77948 Friesenheim/GERMANY

info@nock-gmbh.com
www.nock-gmbh.com

DBL

Stark im Verbund

Trotz Corona-Pandemie verbuchte die DBL – Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2020. Die Stützen seien ein zeitgemäßes Angebot, Regionalität und Fairness gegenüber den Kunden. Mit einem Wachstum von ca. 2,3 % im Segment der Mietberufskleidung bestätigte der DBL-Verbund seine Marktposition. Der Umsatz hier überschritt erstmals 200 Mio. € (202 Mio. €). Damit trug die Sparte stark zum gegenüber 2019 fast unveränderten Gesamtumsatz von ca. 292 Mio. € bei. Für Dirk Hischemöller, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, wirkten sich zwei Tendenzen positiv auf dieses Ergebnis aus: „Zum einen verzeichneten viele DBL-Partner eine wachsende Nachfrage aus hygienesensiblen Branchen wie Lebensmittelhandel und -produktion. Zum anderen baute man die Position im Handwerk durch ein breites Angebot an Markenkollektionen aus.“ www.dbl.de



MARKENSCHAUFENSTER

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

KRAMER
KÜHLRAUMBAU
LADENBAU
WWW.KRAMER-FREIBURG.COM

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

Schon bei Facebook geklickt?
FH



Handtmann Karl Keller in Pension

Die Albert Handtmann Maschinenfabrik hat ihren langjährigen Geschäftsführer Karl Keller (mi.) in den Ruhestand verabschiedet. 23 Jahre lang war er im Unternehmen tätig. Die Verabschiedung fand pandemiebedingt in kleinem Rahmen mit Führungskräften der Unternehmensleitung sowie Teilen der Belegschaft statt. Thomas Handtmann, geschäftsführender Gesellschafter, und Harald Suchanka, Geschäftsführer der Handtmann Maschinenfabrik, würdigten seine „exzellente Betriebsführung“. „Er hat es geschafft, die Maschinenfabrik erfolgreich weiterzuentwickeln

und sicher durch turbulente Zeiten, wie die Finanzkrise und die Corona-Pandemie, zu führen“, lobte Thomas Handtmann. Karl Keller prägte das erfolgreiche Wachstum des Unternehmens maßgeblich. Unter seiner Führung habe es sich vom Maschinenlieferanten für die Fleischverarbeitung zum modernen Technologielieferanten für die Lebensmittel- und Tiernahrungsverarbeitung weiterentwickelt. Unter anderem entstanden Tochtergesellschaften in Vertriebsmärkten weltweit, ebenso ein neues Firmengebäude mit Kundenforen sowie ein Logistikzentrum am Standort im Biberacher Gewerbegebiet Aspach. Nun stellt sich die neue Geschäftsführung so dar: Vorsitzender der Geschäftsführung der Maschinenfabrik ist Harald Suchanka, der auch alle Vertriebsaktivitäten des Geschäftsbereichs Füll- und Portioniersysteme verantwortet. Valentin Ulrich, Mitglied der Handtmann Unternehmensleitung und Enkel des 2018 verstorbenen Arthur Handtmann, leitet als kaufmännischer Geschäftsführer der Maschinenfabrik die Bereiche Finanzen, Controlling, Dienstleistung und Infrastruktur. Ein neuer technischer Geschäftsführer ist gefunden, der seine Stelle im Laufe des Jahres antritt. www.handtmann.de

Aichinger Neue EU-Richtlinien für Kühlgeräte

Als Hersteller nachhaltiger Kühltheken und -möbel begrüßt Aichinger die Einführung der neuen Richtlinien zu Ökodesign (EU) 2019/2024 und Energieverbrauchskennzeichnung (EU) 2019/2018. Seit dem 1. März 2021 gelten diese für die Herstellung und den Verkauf gewerblich genutzter Kühllagerschränke, Kühlgeräte mit Direktverkaufsfunktion und Verkaufskühlmöbel. Damit gehen Pflichten des Lieferanten und dessen Händler an die Dokumentation und Kennzeichnung von Geräten einher. „Diese Richtlinien schaffen Transparenz und Vergleichbarkeit für den Kunden. Zudem werden die Anstrengungen aller Hersteller forciert, möglichst energieeffiziente Kühlgeräte zu entwickeln und herzustellen“, betont Geschäftsführer Dr. Oliver Blank. Der Multispezialist für Theken, Kühlmöbel und Shop-Design begann frühzeitig mit der Umsetzung der EU-Richtlinien in Entwicklung, Herstellung, Vertrieb, After Sales und Service und ist vorbereitet. Nun werden nur noch Produkte angeboten, verkauft und ausgeliefert, die diesen U-Richtlinien entsprechen. Auf www.sirius3.de sind zudem die Verbrauchsdaten einer Sirius®3-Theke in Betrieb live abrufbar und über größere Zeiträume nachverfolgbar. Auf diese Weise schafft das Unternehmen Transparenz. www.aichinger.de



PRAKTIKUM IN KANADA



Da Fleischer mit deutschen Know-how in Kanada rar sind, vermittelt Gerhard Loeffler Praktika für Interessierte, etwa für einen Ranch-Schlachthof in British Columbia.

Fleischer bzw. Zerleger wird man in Kanada nach einem 3- bis 6-monatigen Kurs. Daher werden die Fähigkeiten ausgebildeter deutscher Fleischer dort sehr geschätzt. In Kanada gibt es kein vergleichbares Ausbildungssystem wie hierzulande. Da es einen massiven Bedarf an gelernten Fleischern gibt, legte die Einwanderungsbehörde das Sonderprogramm Agri-Food Pilot Program auf, wonach Anträge auf Arbeitsgenehmigungen in zwei statt sechs bis neun Monaten genehmigt werden können. „Wir konnten in der näheren Vergangenheit mehrere Fleischer vermitteln, die so Arbeitserfahrungen sammeln konnten oder bei Gefallen auf dieser Basis sogar einwandern können. Die Arbeitgeber sind meist bereit die Kosten für das Verfahren zu übernehmen. Wir helfen bei allen Formalitäten. Die Möglichkeiten der Arbeitsplätze reicht von kleinen Allround-Betrieben bis zur industriellen Wurstproduktion“, sagt Gerhard Loeffler.

Aktuell sucht er einen Fleischermeister für einen Arbeitsplatz auf einem Ranch-Schlachthof in British Columbia, der vorwiegend seine eigene Produktion verarbeitet. Dort werden hautnah Cowboy-Mentalität und Alltag gepaart mit direkter Verarbeitung und Vermarktung auf den Teller praktiziert. Zudem gäbe es die Möglichkeit, innerhalb von 14 Tagen den kanadischen Jagdschein zu machen. Wer bleiben möchte, kann nach zwölf Monaten einen Antrag auf Permanent Resident stellen, der unter diesem Programm bevorzugt bearbeitet wird.

Weitere Infos gibt: Gerhard Loeffler, GL Immigration Consulting, gerhard@loeffler.com, Tel. 001 - 250 945 9898.

Fotos: colourbox.de/Patrimonio Designs Limited; colourbox.de/#1166

Foto: © Lars Tüchel – stock.adobe.com

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

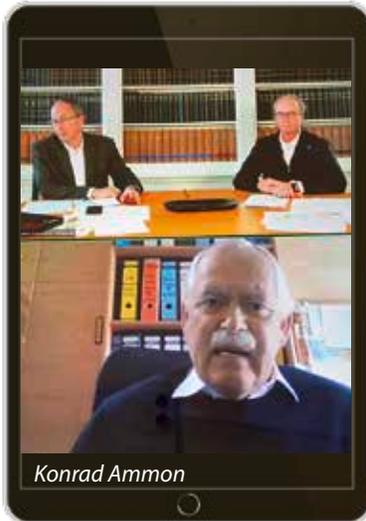
InTime Media Services GmbH

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

OBERMEISTER TAGTEN DIGITAL



Konrad Ammon



Nora Seitz



Eckart Neun



Michael Durst



Adalbert Wolf

Pandemiebedingt informierte der Deutsche Fleischer-Verband seine Obermeister erstmals im Rahmen einer digitalen Zoom-Konferenz über Strategien für das Jahr 2021.

Rund 180 Teilnehmer nahmen am 23. Februar 2021 an dem auf 2,5 Stunden angesetzten Online-Meeting teil. Eigene Diskussionspunkte brachten diese mittels Chat-Funktion ein, die Hauptgeschäftsführer Martin Fuchs vortrug. Auf Wunsch war der jeweilige Teilnehmer bzw. die Teilnehmerin nach Freischaltung auch für andere zu sehen. In der DFV-Zentrale in Frankfurt waren Martin Fuchs und DFV-Präsident Herbert Dohrmann vor Ort, die anderen vier DFV-Vizepräsidenten via Zoom zugeschaltet. Die Obermeister-Tagung – sonst zweigeteilt in Hannover und Würzburg – fand 2021 zum 16. Mal statt. Aufgrund des im Gegensatz zu einer Präsenzveranstaltung wie in den vergangenen Jahren engen Zeitfensters, gingen den Obermeistern umfangreiche Fachinformationen via Mail im Vorfeld zu.

Da nicht alle Punkte diskutiert werden konnten, schlug der DFV-Vorstand vier Tagesordnungspunkte vor: regionale Strukturen (Dr. Reinhard von Stoutz), Nachhaltigkeit & Tierwohl (Dr. Farina Mieloch), Kontrolle & Dokumentation (Justiziar Thomas Trettwer) sowie die neue mittelfristige Strategie in Sachen Werbung & Öffentlichkeitsarbeit (Martin Fuchs & Michael Durst).

In 7-8-minütigen Präsentationen informierten die Referenten die Teilnehmer. Das Ziel formulierte DFV-Präsident Herbert Dohrmann so: „Wir können auch in diesem Format Meinungen der Obermeister sammeln, Positionen neu formulieren und mit praktischen Lösungen unserer Mitgliedsbetriebe hinterlegen. Das hilft uns

beim weiteren Vorgehen sowie in den Gesprächen mit Politikern im Vorfeld der Bundestagswahl 2021“.

WICHTIGE ASPEKTE (AUSWAHL)

- **Regionale Strukturen:** regionale Schlachtstätten erhalten, sinnvolle Tierschutzmaßnahmen einhalten, Benachteiligungen für das Fleischerhandwerk beseitigen
- **Nachhaltigkeit & Tierwohl:** klar Stellung beziehen zu Forderungen hinsichtlich Tierschutz und Tierwohl, Verträglichkeit mit der Umwelt und gesellschaftlicher Akzeptanz in Bezug auf das Fleischerhandwerk
- **Kontrolle & Dokumentation:** DFV fordert hinsichtlich der Veröffentlichung von Kontrollergebnissen der Lebensmittelüberwachung eine grundlegende Überarbeitung der Norm unter Wahrung verfassungsrechtlicher Grundsätze. Eine bundesweite Rechtsgrundlage statt einzelner Landesgesetze wäre wünschenswert.
- **Werbung & Öffentlichkeitsarbeit:** Stärkung der „f“-Marke; neue Kampagne, u. a. Produktion von Kurzfilmen (alle 6-8 Wochen neuer Beitrag, z. B. zu Themen wie Regionalität, Nachhaltigkeit, Werbung für Seiteneinsteiger, etc.) ergänzend zu Themen der politischen Arbeit. Start: DFV-Verbandstag 2021 in Sinsheim. Als Ergebnis dieser Tagung wird ein Themenpapier erstellt, das für Gespräche mit Politikern genutzt werden soll. *mth*

BEST OF BBQ 2021

Unter diesem Slogan steht die Grill- & BBQ-Aktion für Innungsfleischereien – eine Kooperation von B&L MedienGesellschaft, Deutschem Fleischer-Verband und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Fleischerhandwerks.

Fotos: B&L MedienGesellschaft

Einmal jährlich erscheint das BBQ-Magazin „carneo – Best of BBQ 2021“ für Mitgliedsbetriebe der Fleischer- und Metzgerinnungen. Das Kundenmagazin, die dazugehörigen Werbemittel und -vorlagen sowie das Gewinnspiel sind als einmalige sowie eigenständige Werbeaktion einsetzbar. Auch die Einbindung in bestehende Werbeaktivitäten von Innungen oder Filialisten ist

möglich. Im Magazin stellen die carneo-Redakteure ihre liebsten BBQ-Rezepte vor und geben Tipps und Empfehlungen rund um die Themen Grillen und BBQ. Fleischereien bestellen das Magazin in der gewünschten Auflage, um es an ihre Kunden zu verteilen. Es kann mit einem eigenen Eindruck auf der Rückseite bedruckt werden. Der Besteller entscheidet sich für einen kleinen Eindruck mit sei-

nem Logo und den Kontaktdaten oder für einen ganzseitigen Eindruck mit Logo, Kontaktdaten und z. B. eigenen Grill-Angeboten. So wird das Magazin zu einem unverwechselbaren Medium der Fleischerei. Ab einer Bestellmenge von 5.000 Magazinen können einzelne Innenseiten individuell gestaltet werden – was eventuell für Filialisten oder gemeinschaftliche Innungsaktionen interessant ist.



DIGITALES PLUS

Ein weiterer Bestandteil der BBQ-Aktion ist das Gewinnspiel bei dem eine hochwertige Grillschürze aus Leder mit individualisiertem Aufdruck als Gewinn winkt. Dazu erhalten die bestellenden Fleischereien ein Aktionsplakat und 100 Gewinnspielkarten. Wer die Aktion zudem mit Internetbannern auf der eigenen Homepage oder Werbebildschirmen bewerben will, kann aus downloadfähigen Werbevorlagen wählen. Zusätzliche Infos und Rezepte gibt es auf www.carneo-online.de. QR-Codes in der Zeitschrift verlinken auf diese Homepage und die teilnehmenden Fleischereien können ihre Internetseiten per bereitgestelltem Banner oder Hyperlink darauf verlinken. Wer seine Homepage mit Rezepten aufwerten möchte, kann sein eigenes „Best of BBQ 2021“ als online lesbares ePaper für Smartphones, Tablets und Co. erhalten. Infos unter Tel. (02103) 204-0. Ein Beispiel-ePaper sowie die Bestellmöglichkeiten gibt es auf www.blmedien.de/bestofbbq.



ZahnGesund: Unschlagbar in Preis und Leistung

Sichern Sie sich beste zahnmedizinische Versorgung und Leistungen wie ein Privatpatient.

Erstklassig zahnzusatzversichert:

- ✓ Keine Wartezeit
- ✓ Hightech-Leistungen inklusive
- ✓ 5 % Upgrade bei geführtem Bonusheft
- ✓ Einfacher Onlineabschluss
- ✓ Unkomplizierter Wechsel durch Anrechnung der Vorversicherungszeit

Platz 1 im Vergleich 12,90 € mtl.*

Weitere Infos unter:
089 / 51 52 - 2578
muenchener-verein.de/zahngesund

*Berechnungsbeispiel: ZahnGesund 75+ / Eintrittsalter 31–35

 1,4 sehr gut Tarifnote	 1,0 sehr gut Tarifnote	 1,0 sehr gut Tarifnote
Münchener Verein Tarif: ZahnGesund 75+ Stand: 09/2020 © bis 09/2021	Münchener Verein Tarif: ZahnGesund 85+ Stand: 09/2020 © bis 09/2021	Münchener Verein Tarif: ZahnGesund 100 Stand: 09/2020 © bis 09/2021



DIE FLEISCH-SCOUTS

Viele Fleisch-Fans kennen und schätzen „Fleischglück“ – die Facebook-Videos, die Homepage, als informative Plattform oder Podcast, das Steak-Quartett. Doch wer steckt wirklich dahinter?



Fleischglück“, das sind die drei Gründer und Geschäftsführer Roman Weikert, Maximilian Harisch und David Seitz. Die drei verbindet kulinarisches Interesse, unternehmerisches Können und das Ziel, mit den eigenen Fähigkeiten die Welt ein klein wenig zu verbessern. 2017 lernten sie sich bei einem gemeinsamen Online-Projekt kennen. Ihr beruflicher Hintergrund in der Medien-/ Werbebranche eint sie. Max Harisch und Roman Weikert bringen als Online-Werbeagentur mit Web-Entwicklung Fähigkeiten und Erfahrungswerte zur Kreation von Online-Plattformen mit, dazu Start-up-Erfahrung im Kontext Lifestyle und Nachhaltigkeit. Als Videoproduzent und Journalist steuert David Seitz durch seinen Food- und Fleisch-Fokus die thematische, redaktionelle Grundrichtung bei. Dass der Umgang mit Fleisch vor einem großen Umbruch steht, darüber waren

sie sich einig. Die Idee: Diesen mitgestalten und dazu beitragen, dass Fleisch bewusster konsumiert wird und das Produkt wieder an Glanz und Wertschätzung gewinnt.

REFLEKTIERTER GENUSS

„Wir ehren Fleisch und Tier!“ ist der „Fleischglück“-Slogan. Er verdeutlicht, dass es nicht um totalen Fleischverzicht geht. Ziel ist es, tierfreundlichere Produktionsmöglichkeiten zu fördern. Keine langen Fahrtwege für Nutztiere zum Schlachthof und kein Fleisch, das vollgepumpt ist mit Angst- und Stresshormonen. Darum werden nachhaltig im Tierwohl denkende Metzger und Landwirte gefördert und unterstützt. Fleischglück verbindet bewusstes Hinschauen und reflektierten Genuss – zwei Aspekte, die aus Sicht der Gründer einen mündigen Fleischgenießer auszeichnen. Fleisch solle als wohltdosierter Luxus verstanden

werden – nicht als Standard-Massenware. Die Drei zeigen, wie Fleischkonsum von morgen aussehen kann und schlagen so die Brücke zwischen Verbraucher und Erzeuger. Um möglichst viele Menschen mit ihrer Mission zu erreichen, arbeiten sie mit Experten aus der Fleisch- und Genussbranche zusammen – allen voran Lucki (Ludwig) Maurer, Fernsehkoch aus Niederbayern, Kochbuchautor und Wagyu-Züchter: „Fleisch ist mein Gemüse! Von mir wird gesagt, ich sei der Fleischpapst. Für mich ist ‚Fleischglück‘ das Beste, das im Internet als Plattform zu finden ist. Heute ist es so unglaublich wichtig, aufzuklären und über das Tierwohl zu informieren. Ich bin stolz darauf, ein Teil davon zu sein“, betont er. Seit 2008 betreibt er die erste europäische Bio-Wagyu-Rinderzucht. Viele Fleisch-Fans „pilgern“ in seinen „Stoi“ nach Rattenberg.

DIGITAL & ANALOG

Die zugehörige Website entwickelte sich in den vergangenen zwei Jahren zum Medium, das den Zeitgeist trifft und Haltung bezieht – ohne zu belehren. Das Magazin erreicht über 100.000 Leser pro Monat mit Rezepten, Videos, Reportagen, etc. – aus der eigenen Feder. Die Gründer haben es sich zur Aufgabe gemacht, bestehende Strukturen der Fleischindustrie zu hinterfragen, alternative (bessere) Bezugsquellen und Konsummuster zu offenbaren und alte Mythen zu entstauben. Die Inhalte verbinden nachhaltige Kulinarik und fachliche Weiterbildung – unterhaltsam verpackt. In liebevoll produzierten Portraits stellen sie Erzeuger vor und dokumentieren nachhaltige Haltungs- und Schlachtungsmodelle, die Schule machen könnten. Auf dem Fleischglück-Marktplatz kann man das Fleisch dieser Produzenten dann bestellen. In 40 Podcast-Folgen gibt David Seitz Köpfen der Branche eine Bühne. Metzger, Züchter, Aktivisten und Köche schildern ihre Sicht auf den Fleischmarkt der Zukunft. Und: das selbstentwickelte „Steak-Quartett“ wurde seit August 2020 über 7.000 mal verkauft. Es offenbart, wie viele Teilstücke vom Rind ein traumhaftes Steak ergeben können. So soll die Wertschätzung des ganzen Tieres gefördert werden. www.fleischglueck.de



MEISTER MIT PRÄDIKAT

16 Absolventen/innen der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut erhielten eine besondere Auszeichnung: den Meisterpreis der Bayerischen Staatsregierung.

Nur die prüfungsbesten 20 % jedes Jungmeister-Jahrgangs mit einer Durchschnittsnote besser als 2,5 erhalten den Preis. Unter den Preisträgern 2020 waren drei Frauen. Die von Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (FW) handsignierten Ehrenurkunden attestieren allen Ausgezeichneten „herausragende Leistungen in der Meisterprüfung“. Da wegen der Corona-Pandemie keine zentrale Feier für die Übergabe möglich war, wurden die Urkunden per Post versandt. Nur eine nicht: Schul-Geschäftsführerin Barbara Zinkl (li.) überreichte sie bei einem Überraschungsbesuch an Katharina Walk (re.) in Schongau – und gratulierte ihr stellvertretend für alle Preisträger. Katharina Walk (24) absolvierte nach einer Lehre im Fleischer-Fachverkauf 2019 in Landshut die Fortbildung zur Verkaufsleiterin im Lebensmittelhandwerk. 2020 besuchte sie den 442. Meisterkurs. Heute arbeitet sie im elterlichen Betrieb. Die 1966 gegründete und von ihrem Vater Michael Walk geführte Metzgerei Boneberger betreibt über 20 Fachmetzgereien von Kaufbeuren über München bis Erding. Hoch gewichtet werden dabei regionale Aufzucht, artgerechter Umgang mit den Tieren, haus-eigene Schlachtung und handwerkliche Produktion. Als Zeichen der Wertschätzung gab es für die Geehrten einen Weiterbildungsgutschein im Wert von 150 € für Kurse an der Fleischerschule. Die Preisträger: Lucas Baumann (Eppendorf), Jule Bieg (Lörrach), Johannes Danner (Jachenau), Björn Böttger (Stolpen), Heiko Dietz (Dessau-Roßlau), Florian Fröschl (Rapottenstein/A), Michael Gäbler (Dresden), Julian Geldner (Lichtenfels), Michael Heinrich (Burladingen), Sebastian Herrmann (Neumarkt/Opf.), Jonas Hummel (Freystadt), Dominik Schlenk (Simmelsdorf), Katharina Walk (Schongau), Korbinian Walter (Freystadt), Julia Wilke (Oberding) und Nico Zugwurst (Dürrhennersdorf). www.fleischerschule-landshut.de

Foto: T. BFS



10 JAHRE
NACHWUCHSFÖRDERUNG
IM FLEISCHERHANDWERK

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

MOTTO 2020/21

Spicy Style

- ✓ Gesucht werden **kreative Snack-Ideen mit der richtigen Würzung**.
- ✓ Die 3 Gewinner werden zum Deutschen Fleischer-Verbandstag (03. / 04.10.2021) nach Sinsheim eingeladen.
- ✓ Die Top 10 kann sich auf Überraschungspreise freuen.

TOLLE PREISE WARTEN!



EINSENDESCHLUSS
23. JULI 2021

WEITERE INFOS UNTER: WWW.HOMANN-SNACKSTAR.DE

Die Aktion für das Fleischerhandwerk – mit freundlicher Unterstützung von



OFFEN FÜR NEUES

Zwei neue, motivierte und engagierte Mitarbeiter begrüßte Filialleiterin Agnes Häberle jüngst in der Filiale der Metzgerei Schneider in Plochingen – obwohl sich die beiden sehr kurzfristig für einen Beruf im Fleischerhandwerk entschieden.



Sebastian Egerer



Jane Szembek

eingestellt würden. Auch die Azubi-Werbung gefiel ihr. Zufällig war an diesem Tag der Geschäftsführer der Metzgerei, Jochen Schneider, in der Filiale. Er führte mit ihr ein erstes Gespräch und vereinbarte einen Schnuppertag. Am 8. Februar 2021 startete sie ihre Ausbildung zur Fleischerei-Fachverkäuferin. „Ihr gefällt einfach bisher alles. Sie ist neugierig und ihr wird immer mehr bewusst, wie vielfältig und umfangreich unser Beruf ist – auch was die Wurstsorten und Fleischteile betrifft“, sagt Agnes Häberle.

Der zweite neue Mitarbeiter ist Sebastian Egerer (28), der Einzelhandelskaufmann in einer Bäckerei gelernt hat und danach an einer Wursttheke im Lebensmitteleinzelhandel arbeitete. „Da er seinen Arbeitsplatz wechseln wollte, wir in der Region als sehr guter, innovativer und moderner Ausbildungsbetrieb bekannt sind und er von unserem hohem Qualitätsstandard begeistert war, entschied er sich für uns“, sagt die Filialleiterin. Als Stärken beider lobt sie deren Freundlichkeit, positive Ausstrahlung und Aufgeschlossenheit für Neues.

AUF SOCIAL MEDIA AKTIV

Ihre Freude darüber teilte Agnes Häberle natürlich auch via Instagram und Facebook mit entsprechenden Postings. Ebenso wie viele andere Bilder und Kurzvideos in den vergangenen Monaten: egal ob attraktiv dekorierte Waren in der Theke, die Herstellung von „Tussi-Fleischküchle“ mit Roter Bete, Präsentationsmöglichkeiten von Grillschnecken oder den Tanz ihres Teams im Rahmen der „Jerusalem Challenge“. „Oft sind es spontane Aktionen ohne genauen Zeitpunkt, und wie für alles im Leben gibt es positive und negative Stimmen. Das meiste aber kommt bei Kunden und Mitarbeitern gut an“, resümiert sie. Es lohnt sich also, immer wieder mal einen Blick auf die entsprechenden Social Media-Accounts zu werfen. Abwechslung, Spaß und kreative Tipps sind auf jeden Fall geboten. *mth*
www.metzgerei-schneider.de

Seit zehn Jahren hat Agnes Häberle (33) die Filialleitung inne – und hält stets Augen und Ohren auf in Sachen neuer Auszubildender sowie potenzieller Fachkräfte. Aktuell führt sie ein Team von zwölf Mitarbeiter/innen. „Auszubildende hätten wir insgesamt gerne in jedem Lehrjahr mindestens zehn. Ungelernte Bewerber müssen wir uns zu Fachkräften heranziehen“, betont sie – selbst Fleischerei-Fachverkäuferin, Verkaufsförderin oder Ernährungsberaterin.

Die Metzgerei beschäftigt in ihren 14 Filialen rund 230 Mitarbeiter, davon 180 im Verkauf. Nach dem Marken-Relaunch 2019 wurden 2020 neue Werbemittel für die Azubi- und Fachkräfte-Werbung gestaltet und

– soweit corona-bedingt möglich – einige Ausbildungsmessen in der Region besucht. „Interessenten kamen dann persönlich im Laden vorbei oder meldeten sich telefonisch“, berichtet Agnes Häberle.

POSITIV UND AUFGESCHLOSSEN

Eine davon war Jane Szembek (25), die sich hier schon als Schülerin gerne in der Mittagspause eine Leberkäsemmel holte. Pandemiebedingt war sie als Flugbegleiterin in Kurzarbeit und ihr Arbeitgeber letztlich insolvent. Da sie die positive Atmosphäre des Teams der Plochinger Filiale begeisterte, fragte sie einfach an, ob noch Azubis



Agnes Häberle

SPARGELMOUSE MIT SCHWARZWÄLDER SCHINKEN**Zutaten:** (für 4 Personen)

500 g weißer Spargel
5 g Butter
150 g Doppelrahm-Frischkäse
30 g Cranberries
3 Blatt weiße Gelatine
1/2 Lollo Rosso oder Eichblattsalat
3 EL Himbeeressig
Salz, Pfeffer, Zucker
3 EL kaltgepresstes Rapsöl
200 g Schwarzwälder Schinken

Zubereitung: Spargel schälen und die unteren holzigen Enden abschneiden. Stangen in Stücke schneiden und in Salzwasser mit Zucker und Butter 15 bis 20 Minuten kochen. Spargel abgießen und gut abtropfen lassen, 400 g abwiegen und pürieren. Frischkäse und Cranberries unterrühren. Gelatine fünf Minuten in kaltem Wasser einweichen, ausdrücken, in etwas kochendem Wasser auflösen und mit etwas Spargelmasse verrühren. Dann unter die restliche Masse ziehen. Abgedeckt im Kühlschrank fest werden lassen. Salat waschen, putzen, trocknen, in mundgerechte Stücke zupfen und alles auf Tellern anrichten.

**GEFÜLLTE PACCHERI MIT SPARGEL-CREME UND PARMASCHINKEN****Zutaten:** (für 4 Personen)

1 Bund grüner Spargel
150 g Ricotta aus Schafsmilch
100 g Parmaschinken in Scheiben
40 g geriebener Parmesan-Käse
16 Paccheri-Nudeln, Salz, Pfeffer, Olivenöl
Butter, geriebener Parmesan-Käse zum Bestreuen, frischer Oregano

Zubereitung: Spargel kochen, abtropfen lassen, mit Ricotta in eine Schüssel geben und pürieren. Salzen und pfeffern. Die Hälfte des Schinkens in kleine Stücke schneiden, kurz anbraten und mit dem geriebenen Parmesan unter das Püree heben. Gut vermischen. Die Nudeln in kochendem Salzwasser bissfest garen, in ein Sieb gießen, mit kaltem Wasser abschrecken und gut abtropfen lassen. Mit Öl beträufeln. Die Spargelcreme in die Paccheri füllen und je zwei Nudelrollen auf einen Holzspieß stecken. Die Nudelspieße auf ein Backblech geben, mit etwas Butter bestreichen und geriebenem Parmesan bestreuen. In den Ofen geben und bei 200°C etwa 15 bis 20 Minuten backen. Je zwei Nudelspieße auf vier Teller verteilen und die restlichen Schinkenscheiben daran drapieren. Garnitur: frischer Oregano.

**BLÄTTERTEIGTASCHEN MIT SPARGEL, KÄSE UND PARMASCHINKEN****Zutaten:** (für 4 Personen)

70 g Ricotta-Käse
20 g geriebener Provolone-Käse
50 g gekochter Spargel
80 g Parmaschinken in Scheiben
1 Packung rechteckiger Blätterteig
Salz, Pfeffer, Butter
Eigelb und Milch zum Bestreichen

Zubereitung: Ricotta- und Provolone-Käse mischen und mit Salz und Pfeffer abschmecken. Den gekochten Spargel in Stücke und den Parmaschinken in Streifen schneiden. Den Blätterteig in vier gleichgroße Rechtecke teilen. Käsemischung, Spargel- und Parmaschinken-Stücke auf der schmalen langen Seite der Teigplatten verteilen. Die Ränder mit Eigelb und Milch bestreichen. Den Blätterteig zusammenklappen und die Ränder mit den Zinken einer Gabel zusammendrücken. Die Oberfläche der Päckchen ebenfalls mit Eigelb und Milch bestreichen, mehrfach einschneiden und im vorgeheizten Ofen bei 200°C etwa 13 bis 14 Minuten backen.

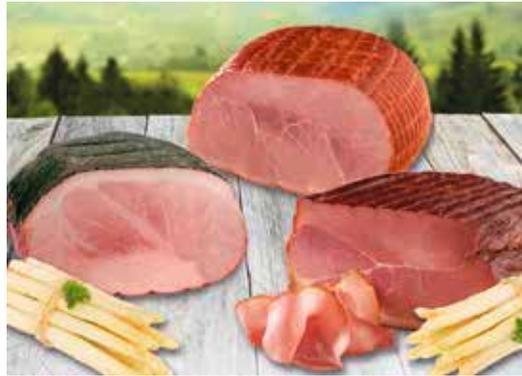
**NUDELN MIT SPARGEL, BOHNEN UND PARMASCHINKEN****Zutaten:** (für 4 Personen)

280 g Nudeln
Natives Olivenöl extra
1/2 EL Senf
1 Bund grüner Spargel
100 g Bohnen
80 g Parmaschinken in Scheiben
60 g reifer Parmesan-Käse
1 hartgekochtes Ei
Salz, Pfeffer

Zubereitung: Die Nudeln in reichlich gesalzenem Wasser je nach Vorliebe bissfest kochen. Mit kaltem Wasser abschrecken. In der Zwischenzeit den Spargel und die Bohnen kochen. Olivenöl mit Senf verrühren und die gekochten Nudeln darin marinieren. Den gekochten Spargel und die Bohnen in Stücke und die Parmaschinken-Scheiben in feine Streifen schneiden. Parmesan hobeln und alles unter die Nudeln heben. Das hartgekochte Ei schälen, durch ein grobmaschiges Sieb pressen und unter die Nudeln heben. Mit Salz und Pfeffer abschmecken und servieren.

Beck Gewürze und Additive
Hauch von Frühling

Passend zur Spargelzeit bietet Beck Gewürze und Additive entsprechende Produkte an. Ein Allrounder für ein feines Aroma und guten Scheibenzusammenhalt ist das pulverförmige Kochpökelpreparat „Schinken Quick Tradition BP-SM“. Auch sein flüssiges Pendant „Schinken Quick Liquid Gourmet oG“ eignet sich zur Herstellung von Kochschinken und Pökelfleisch aller Art. Als Zutat einsetzbar sind die hellgrünen Spargelstücke aus frischem, aromatischem Spargel, gereinigt und schonend gefriergetrocknet, mit charakteristischem Geschmack. www.beck-gewuerze.de



Tannenhof
Leckerles Duo

Saftig, zart und würzig präsentieren sich die Tannenhof Schinkenspezialitäten zur bevorstehenden Spargelzeit. Der nach einem traditionellen Familienrezept hergestellte, und über duftenden Tannenzweigen geräucherte Schwarzwälder Schinken wird in dem familiengeführten Unternehmen handwerklich hergestellt. Das Fleisch stammt ausschließlich von deutschen, zertifizierten Schlachtbetrieben. Zur verkaufstarken Spargelsaison begleiten ihn im Aktionskarton der gegarte Bärlauch-Backschinken, mit würzigem Bärlauch ummantelt, und der Holunderschinken, ein gegarter Hinterschinken, der mit dem Saft der Holunderbeere verfeinert wird. Diese und weitere Roh- und Kochschinkenspezialitäten aus dem Schwarzwald werden als attraktive Aktionspakete angeboten. www.tannenhof-schinken.de

Bedford
Saisonal genießen

Als passende Begleiter zu Spargel empfiehlt die Wurst- & Schinkenmanufaktur Bedford vier Spezialitäten: den luftgetrockneten Osnabrücker Friedensschinken, den Feinsten Trutthahn-Rohschinken aus 100 % Geflügelfleisch, die Hähnchenbrustschnitte in einer Cornflakes-Knusperpanade und als exklusive Spezialität den Spargelschinken aus mageren Schweineoberschalen, der dank eines feinen Mantels aus grünem Spargel den Geschmack des edlen Gemüses selbst mitbringt. Der Friedensschinken reift sieben Monate nach italienischem Naturreifeverfahren am Knochen. Den zart-rosanen Spargelschinken gibt es von März bis Juni. www.bedford.de



Fotos: Beck Gewürze und Additive, Bedford, Tannenhof Schwarzwälder Fleischwaren

ANZEIGE

Hochsaison für Kochschinken

Die MOGUNTIA FOOD GROUP hat die passenden Zutaten für die Spargelsaison 2021 parat!

Bald startet die Spargelsaison. „Der perfekte Begleiter zu Spargel ist saftiger Kochschinken“, weiß Michael Kolze, Produktmanager der MOGUNTIA FOOD GROUP. Damit die Spargelzeit und so auch die Hochsaison des Kochschinkens für ihre Kunden ein voller Erfolg wird, präsentiert die MOGUNTIA FOOD GROUP passende Produkte und jede Menge Tipps.

NEU: PÖKELFIT® P DUO SUPER – für hohe Saftigkeit und festen Scheibenzusammenhalt

Das neue Spritzmittel PÖKELFIT® P DUO SUPER kommt ohne Geschmacksverstärker aus und ist daher unverzichtbar in der zeitgemäßen Kochschinken-Herstellung.

INNOVATIV: Das GRIDMASTER® System für ein perfektes Ergebnis

Zur Gewährleistung eines einwandfreien Endproduktes empfiehlt Michael Kolze den Einsatz der GRIDMASTER® Formen und Folien: „Durch unser GRIDMASTER® System wird ein einheitliches Schnittbild mit möglichst wenigen Zuschnitten erreicht. Darüber hinaus werden unnötige Luftlöcher verhindert“. Ein weiterer Pluspunkt sind die vielfältigen Würzfolien wie Kürbiskern und Heublume.

LECKER: Feine Saucen und Suppen zur Spargelzeit
 Im FLEISCHER-Sortiment bietet die MOGUNTIA FOOD



GROUP zur Königin des Genusses und ihrem Kochschinkenprinz die passenden Saucen an. Der Klassiker ist die Sauce Hollandaise. Aber auch die fruchtige Zitronen-Butter-Sauce sowie eine leckere Spargelcreme-Suppe sind mit den praktischen Produkten der Marke FLEISCHER schnell zubereitet.

Für passende Rezeptideen, Tipps und die bedarfsgerechten Zutaten zur Spargel- und Kochschinkenzeit steht das Team der MOGUNTIA FOOD GROUP gerne zur Verfügung.



MOGUNTIA FOOD GROUP

Nikolaus-Kopernikus-Straße 1
 55129 Mainz • Tel: +49 6131 58360

Malberger Str. 19
 49124 Georgsmarienhütte
 Tel: +49 5401 3370

www.moguntia.com

Mit der Allgäuer Schinkenspezialität Bergano schuf Metzgermeister Sebastian Müller 2020 eine neue Marke, die nicht nur in seiner Schinkenmanufaktur begeistert.



LINDENBERG IST NICHT GENUG

Wenn man das tut, was einen begeistert. Wenn man voller Leidenschaft seiner Mission folgt. Dann stellt sich auch der Erfolg ein. Zusammen mit seiner Frau betreibt Sebastian Müller in Lindenberg eine kleine, feine Metzgerei. Sie läuft gut und eigentlich könnte er zufrieden sein. Seine Heimat und sein Beruf sind seine Passion, Schinken ist seine Mission. „In meiner Kindheit betrieben meine Eltern eine kleine Hausschlachtung. Schon damals verstand es mein Vater, herausragendes Rauchfleisch und schmackhafte Dauerwurst zu produzieren – mit tiefer Leidenschaft und Herzblut für Natur, Produkt und die Menschen in unserer Heimat. 30 Jahre später tragen wir diese Familientradition mit Liebe zum Detail weiter. In unserer Metzgerei haben wir eine treue Stammkundschaft aus der Umgebung. Auch viele Touristen kommen zum Einkaufen und nehmen sich ein Stück Allgäuer Metzgerkunst mit nach Hause“, berichtet Sebastian Müller.

EINE MARKE ENTSTEHT

Doch warum sollte man nicht noch mehr Menschen diesen Genuss ermöglichen? Sein Lieblingsprodukt ist der luftgetrocknete Schinken, der rund sechs Monate unter kontrollierten Bedingungen zum Hochgenuss reift.

Viele denken da an Serrano-Schinken. Doch seine Schinken stammen von Schweinen von kleinen Bauern aus dem Allgäu. Sebastian Müller ist sehr heimatverbunden. Zudem ist ihm die Tierhaltung unglaublich wichtig. Was in der Haltung oder bei der Schlachtung falsch gemacht wird, kann man später nicht wieder gutmachen. Da ist er kompromisslos. Die Schweine werden in einem kleinen Schlachthaus schonend geschlachtet.

Aromatische Bergluft verleiht diesem Schinken einen einzigartigen Geschmack. So entstand auch der Name: Bergano – er wurde zusammen mit Logo und Gesamtauftritt mit der Agentur Böhm.media gestaltet. Der Markeneintrag war nicht einfach. Es kamen Bedenken auf wegen der Nähe zur geschützten Regionalmarke Serrano. Schließlich gelang auch das. Bergano-Schinken ist nun eine eingetragene Marke. Von Lindenberg aus geht er auf die Reise zu den Theken feiner Metzgereien sowie zum anspruchsvollen Lebensmittel- und Feinkosthandel.

Die Müllers hatten auch immer reichlich mit Partyservice zu tun. 2020 fiel das weg. So konnte sich Sebastian Müller ganz auf den Bau einer Schinkenmanufaktur in seinem wunderbar gelegenen Bauernhaus in Litzis bei Lindenberg konzentrieren. Hier werden die

Schinken produziert. Aus der Scheune wurde ein Verkostungsraum. Zudem nutzte der Metzgermeister die Zeit, um Kontakte zu Wiederverkäufern herzustellen.

ROHDIAMANTEN SCHLEIFEN

Wer heute eine Metzgerei betreibt, muss sich etwas einfallen lassen, damit Kunden von den Lebensmittelpalästen zum regionalen Fleisch-, Wurst- oder Spezialitätenkauf wechseln. In einer Zeit erschwerter Mobilität erhalten Genießer mit den Bergano-Schinkenspezialitäten ein Stück Allgäu für Zuhause. Man schmeckt die frische Luft und das Aroma der Alpenkräuter, das Bild der Allgäuer Landschaft kommt einem in den Sinn. So ist jede Krise auch eine Chance. Fällt etwas weg, entsteht Raum für Neues. Jeder Metzger hat Rohdiamanten, die darauf warten, geschliffen zu werden, um ihre Strahlkraft zu entfalten. Ob man im Laden, Onlineshop oder beim Handelspartner kauft – jeder kann den Weg wählen, der am meisten Freude macht. www.bergano-schinken.de

Autor: Christian Böhm ist Geschäftsführer der auf die Metzgerbranche spezialisierten Agentur Böhm.media und schafft mit seinem Team auf allen Kanälen wertvolle Inhalte für die Kommunikation der Metzger mit ihren Kunden. www.metzgerstars.de

GELD VERDIENEN MIT WURST



Die im deutschen Naturdarmverband zusammengeschlossenen Betriebe sind gut ins Jahr 2021 gestartet. Der Wurstkonsum steigt, hochwertige Spezialitäten „mit Charakter“ treffen den Nerv der Konsumenten – und die natürliche Hülle gilt dabei oft als Qualitätsmerkmal.

Die Vorsitzende Heike Molkenthin sowie Hilmar Reiß vom Zentralverband Naturdarm e.V. geben im Interview Einblicke in Gegenwart und Zukunft einer Traditionsbranche.

Welche Auswirkungen hat die Pandemie auf den Darmhandel?

Heike Molkenthin (H.M.): Deutschland ist die Drehscheibe für den weltweiten Darmhandel und somit hat das Pandemie-Geschehen auch Einfluss auf den Warenverkehr. Die Lösung derartiger Herausforderungen gehört aber zur professionellen Normalität, bei der unsere Mitglieder auf ihre langjährige Erfahrung setzen können. Wir können ohne Engpässe erstklassige Ware liefern.

Sie sind also eher zuversichtlich?

H.M.: Dafür gibt uns das Verbraucherverhalten in Deutschland auf jeden Fall Anlass. Die Nachfrage nach Fleischwaren und Wurst hat 2020 um mehr als 4 % zugelegt. Was aber noch wichtiger ist: Der Wert ging um über 12 % nach oben, wie die aktuellen AMI/GfK-Zahlen ausweisen. Sprich: Mit Wurst lässt sich Geld verdienen.

Welche Rolle spielt dabei der Naturdarm?

Hilmar Reiß (H.R.): Die natürliche Hülle ist ein wichtiger Baustein bei der Wertschöpfung. Sie gibt den Würsten ein charakteristisches, individuelles Aussehen und steht, wie Studien gezeigt haben, beim Konsumenten für authentische, handwerkliche Qualität. Dafür wird gerne mehr Geld ausgegeben.

Wie kann das Handwerk von diesem Vorteil profitieren?

H.R.: Wurstspezialitäten jenseits der Massenware sind eine Steilvorlage für Storytelling. Und wo geht das besser als beim Kundengespräch im Fachgeschäft oder an der Bedientheke? Rund um Tradition, Herkunft und Rezeptur lassen sich jede Menge spannende Geschichten erzählen. Kreativität zahlt sich aus, denn so entstehen Vertrauen und Kundenbindung.



Heike Molkenhain

Hilmar Reiß

Naturdarm punktet also vornehmlich über „Soft Skills“?

H.R.:Keineswegs. Das Handwerk weiß seit jeher um die überzeugenden Produkteigenschaften bei der Wurstherstellung. Naturdarm ist neutral im Geschmack und lässt das feine Eigenaroma des Bräts wunderbar zur Geltung kommen. Durch die feine Hülle kann die Wurst atmen und das Räucheraroma aufnehmen. Nicht zu vergessen der legendäre „Knackeffekt“, für den ein zarter Saitling beim Würstchen sorgt.

Wie kann sich handwerklich hergestellte Wurst gegen die Billigware behaupten?

H.R.: Studien belegen: Im Discounter greifen die Kunden vornehmlich zu Massenware. Das beste Rezept gegen Preiskämpfe ist Unverwechselbarkeit. Ein individuelles, kreatives Wurstsortiment trifft den Nerv der anspruchsvollen Käufer.

Was ist jungen Kunden bei Wurst wichtig – und: spielt die Wursthülle dabei eine Rolle?

H.R.: Naturdarm ist die älteste Wurstverarbeitung, aber aktueller denn je. Denn: In Zeiten von „no plastic“ ist eine natürliche Ressource,

die bei der Schlachtung gewonnen und beim Verzehr einfach mitgegessen werden wird, klar im Vorteil. Aspekte wie Tierwohl, Herstellungsverfahren und Umwelteinflüsse gewinnen gerade für die jüngere Käufer zunehmend an Bedeutung.

Stichwort Generationswechsel: Müssen Sie bei Ihren jungen Kunden Überzeugungsarbeit leisten?

H.M.: Wir sehen mit großer Freude, dass gerade für die junge Generation der Fleischer und Fleischerinnen Naturdarm als Wursthülle „gesetzt“ ist. Vor diesem Hintergrund ist im Herbst 2020 unser Projekt „Rockwurst“ entstanden – ein Lehrvideo, bei dem Fleischermeisterin Kim Berns von der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks in einer Minute zeigt, wie eine richtig gute Wurst hergestellt wird: natürlich im Naturdarm.

Die Branche klagt generell über Nachwuchsmangel. Was bedeutet das für Sie?

H.M.: Unsere Kunden aus dem Handwerk berichten uns über die Herausforderung, auf breiter Basis gutes Personal auszubilden.



Naturdarm sorgt bei vielen Spezialitäten für den richtigen Biss.

den. Es ist uns ein Anliegen, hier Unterstützung zu leisten. Etwa mit unserer Schulungseinheit „Naturdarm – ein Thema für den Unterricht“, die speziell für berufsbildende Schulen entwickelt wurde. Wir bieten zudem Fachvorträge an

Bildungseinrichtungen an und wenden uns mit unserer Image-Kampagne für die Wurst nicht nur an Konsumenten, sondern auch an den Fleischernachwuchs.

Welche Idee steht hinter Ihrer Werbe-Kampagne rund um die Wurst?

H.M.: Deutschland ist Weltmeister in der Sorten-Vielfalt und Wurst ist ein echtes Kultprodukt. Diesen Gedanken tragen wir mit unserer Mission „Rettet das Wurst-Kulturerbe“ in die Öffentlichkeit. Wir wollen so im Sinne aller an der Branche Beteiligten für gute Wurst werben.

Was macht die Kampagne erfolgreich?

H.M.: Wir setzen seit vielen Jahren auf junge Zielgruppen sowie digitale Medien. Allein unsere Facebook-Seite hat über 17.000 Abonnenten. Für das IFFA-Jahr 2022 steht auch wieder unser Innovations-Award „Wurst hat Zukunft“ auf der Agenda. Titelverteidiger sind übrigens Simon Karcher und sein Team vom „Geschmacksführerwerk“. Wir sind ein kleiner Verband in der Lebensmittelbranche und unser Werbebudget ist entsprechend überschaubar. Dennoch lässt sich mit Kreativität und innovativen Mitteln viel bewegen.

Mit welchen Erwartungen sehen Sie auf Ihren Markt?

H.M.: Unser Markt verändert sich. Traditionelle und umsatzstarke Konsumanlässe wie Volksfeste, Sportereignisse und der gesamte Außer-Haus-Verzehr werden nicht so schnell zu alter Bedeutung zurückkehren. Andererseits haben die Deutschen im Lockdown die Themen Kochen und gutes Essen für sich entdeckt. Unser Produkt ist über 2.000 Jahre alt und hat sich über alle Epochen gut behauptet. Die Argumente für Naturdarm als nachhaltiger Rohstoff sind aktueller denn je. Vor diesem Hintergrund blicken wir sehr zuversichtlich nach vorn.

Vielen Dank für das Gespräch!

www.naturdarm.de

Fotos: Zentralverband Naturdarm, colourbox.de/#230597

Sun Spice
by World Pac

LET'S GET TROPICAL!
Urlaubsfeeling für zuhause...
Tropische SUN SPICE Sorten ab sofort erhältlich.

Sun Products
Vertriebs GmbH

SPM * Sun Products Vertriebs GmbH – Karlsruhe
☎ 0721/62811-21 - www.sun-products.de

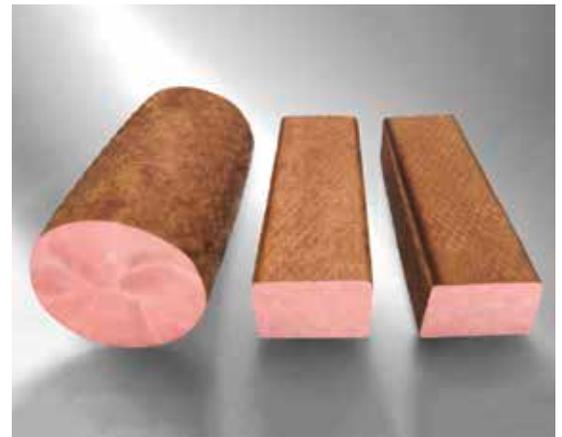
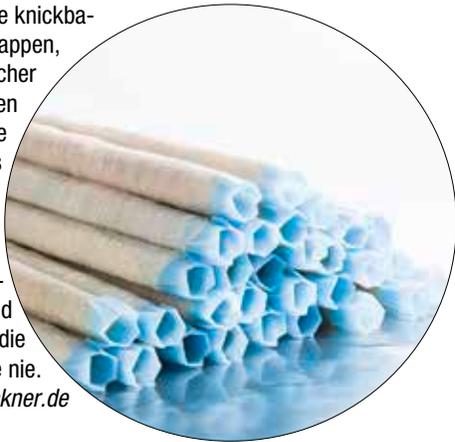


Zentralverband Naturdarm
Nachhaltiger Rohstoff

Die deutschen Unternehmen im Bereich Naturdarm profitieren von exzellenten europäischen Handelsbeziehungen. Im stabilen Weltmarkt bleibt China ein wichtiger Partner. Bei deutschen Verbrauchern legt Wurst an Beliebtheit weiter zu. Dabei punktet Naturdarm als nachhaltiger und ursprünglicher Rohstoff. „Die natürliche Hülle gilt als Markenzeichen hochwertiger, handwerklicher Produkte“, sagt Heike Molkenhuth, Vorsitzende des Zentralverband Naturdarm e.V. Ob im Regal, an der Bedientheke oder im FleischrFachgeschäft: Wurst im Naturdarm hebt sich von der Massenware ab und erlaubt damit eine höhere Wertschöpfung. Die deutsche Naturdarmbranche handelte im vergangenen Jahr weltweit 225.088 t Ware und bewegte sich damit in etwa auf Vorjahresniveau (229.182 t). Mit einem Anteil von 58 % ging der Großteil der Därme in den Export. Die Naturdarm-Branche schaut zuversichtlich auf die kommenden Monate. Möglicherweise profitiert man vom aktuellen Geschehen: Laut AMI stieg der Umsatz mit Wurst im 1. Quartal 2020 um gut 12 %. Trendforscher beobachten seit Ausbruch der Corona-Pandemie eine Rückbesinnung auf einfache Genuss-Erlebnisse. Was passt da besser als eine knackige Wiener auf die Hand oder eine Bratwurst auf dem Grill – nachhaltig „verpackt“ von der Natur. www.naturdarm.de

CDS Hackner
Sicher auf dem Pipe

Mit Qualität und Innovationen setzt CDS Hackner nach eigenen Angaben immer wieder neue Maßstäbe im Markt. „Wir wollen unseren Kunden den besten Naturdarm bieten. Und die beste und sicherste Technik für die Wurstproduktion“, so Michael Hackner. Mit dem knickbaren SilberPfeil Pipe entfällt das Sichern des Naturdarms durch lose Teile wie Gummi- oder Plastikringe. Einfach die knickbaren Enden des SilberPfeil-Pipes umklappen, festdrücken, und der Darm sitzt sicher und fest auf dem Pipe. Beim Verwenden die Enden wieder zurückklappen, Pipe aufschieben – fertig. Ein intelligentes Farbmanagement von Tubes, Pipes und Netzen, informiert über Kaliber und Qualitäten, ohne zusätzliche Teile. Zusammen mit der Barcode-Technologie, die jedes Gebinde lückenlos und digital rückverfolgen lässt, sei die Wurstproduktion sicher wie nie. www.cds-hackner.de



Oskutex
Hüllen mit Mehrwert

Textilhüllen für Roh-, Koch- und Brühwurst sind die natürliche Antwort auf die Anforderungen der heutigen Wurstproduktion. Lieferbar als Abschnittware oder in geraffter Form, mit und ohne Druck decken diese Wursthüllen, etwa von Oskutex, fast jeden Wunsch ab. Aus Bio-Baumwolle hergestellt ist Nalo TX Green, der ökologische Akzente setzt. Nalo Fashion und Nalo Fashion Event eignen sich für individuelle Anforderungen bei Rohwurst (fest und streichfähig) sowie Halbdauerwaren. Standard- und Saisonartikel sind feste Bestandteile des Portfolios dieser genähten Faserdarmhüllen. Zur Betex-Produktlinie zählen Betex RS, ein Textildarm aus Zellwollgewebe mit spezieller Beschichtung zur Herstellung von Rohwurst, sowie Betex K, KB und KDB für Koch- und Brühwurstprodukte. Betex CF/CFN sind Hüllen mit und ohne Farbübertrag für Kochpökelerzeugnisse. Ebenso sorgt TexdaColor mit dem Geschmacks- und Farbübertrag Bacon-Aroma (Smoke Seasoning) und Aalrauch für Vielfalt in der Theke. Diese Hülle aus textilem Vlies ist für alle Kochpökelerzeugnisse anwendbar und als Hülle oder Bogen lieferbar. Auch als Bögen erhältlich ist die Gewürzhülle Nalo Spice, die es in verschiedenen Gewürzvarianten gibt. www.oskutex.com

fleisch net.de

Schauen Sie selbst mal rein!
www.fleischnet.de

Jetzt noch mehr Branchennews auf einen Klick

Weniger Antibiotika im Einsatz

**SIE SORGEN
FÜR GENUSS.**



**WIR SORGEN
FÜR VIELFALT.**

VEMAG Ihr zuverlässiger, starker Partner im Handwerk





GENAU MEIN GESCHMACK.

- VEMAG Füllmaschinen und flexibles Vorsatzgeräteprogramm für ein breites Produktportfolio
- Füllen und Portionieren, Wolfen, Formen und Teilen von verschiedenen Massen: Alles aus einer Hand
- Würstchen, Aufschnittware, Burger-Patties und vieles mehr
- Zuverlässiger Produktionsablauf, schonender Produkttransport und einfache Handhabung

Mehr unter: handwerk.vemag.de oder e-mail@vemag.de.



VEMAG

PASSION FÜR DIE REGION

Herausforderungen täglich zu meistern macht der 26-Jährigen Schwäbin Spaß. Dazu eignete sie sich vor ihrem Schritt in die Selbständigkeit in verschiedenen Stationen allerhand unternehmerisches und praktisches Know-how an. Sie studierte von 2013 bis 2016 Food Management an der DHBW Heilbronn und war dualer Partner der Di Genaro Feinkost- und Weinhandelsgesellschaft. Danach folgte die Ausbildung zur Fleischerin im elterlichen Betrieb, woran sich der Meisterkurs an der Fleischerschule Augsburg und im August 2018 dann die offizielle Unternehmensgründung anschloss. Verkaufsstart war aber erst im Juli 2019 – Stichwort: Bürokratie. Ob Maultaschen, saure Kutteln, Rinderedelgulasch, Chili sin oder con carne oder Apfel-Zwiebel-Schmalz – die Zutaten dafür stammen aus der elterlichen Metzgerei mit ortsgebundener Schlachtung und Produktion. Auch das Gemüse wird regional bezogen. Aktuell beschäftigt Gina Benz acht Mitarbeiter. Seit 2019 ist sie zudem Mitglied in der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks. Ihre Produkte werden oft von Senioren gekauft, doch auch Jüngere greifen zu den Spezialitäten. Hier berichtet sie über ihre Erfahrungen als Unternehmerin:

Warum hast Du Dich für die Selbständigkeit entschieden?

Ich kenne es nicht anders von daheim. Für mich war anfangs aber nicht klar, dass ich irgendwann in den Betrieb meiner Eltern einsteige und dann noch ein Unternehmen gründe. Richtig bewusst wurde mir das erst in der Zeit meiner Ausbildung. Selbständigkeit macht mir Spaß – man steht täglich vor Herausforderungen. Diese zu lösen gibt immer ein gutes Gefühl. Als Familie haben wir großes Potenzial im Bereich der Feinkost, in Form von Convenience gesehen. Somit war klar: Dieses Segment müssen wir ausbauen.

Was waren und sind bisher die größten Herausforderungen und Höhepunkte?

Im Juli 2018 machte sich Fleischermeisterin Gina Benz aus der gleichnamigen Feinkostmanufaktur selbständig. Feine, regionale Frische-Convenience ist seitdem ihr Metier.



Die größte Herausforderung war die EU-Zulassung. Uns war nicht bewusst, dass man in unserem Segment unter die Fleischiere fällt. So musste die EU-Zulassung her. Davor durfte nicht produziert und verkauft werden. Der Druck war riesig, die Zulassung schnellstmöglich zu bekommen. Wir hätten fast die Pforten geschlossen, bevor wir sie überhaupt eröffnet hatten. Natürlich ist die Corona-Krise ein großer Rückschlag; Hilfen gibt es für junge Unternehmen, wie meines leider keine – trotz Umsatzausfällen. Zu den Höhenpunkten gehört jeder neue Kunde den ich werben und von unseren Produkten überzeugen kann – egal ob Metzger, Einzelhandel oder Gastronom.

Was ist das Geheimnis für regionale Metzgerfeinkost-Gerichte in Dose, Beutel oder Glas?

Bleibe deiner Philosophie treu. Lass dich nicht davon abbringen deine Produkte regional zu beziehen, achte auf kurze Wege. Die Qualität

deines Produktes muss immer an erster Stelle stehen. Die Präsentation der Produkte muss außerdem stimmen.

Wo werden die Produkte produziert?

Die Produkte werden in unserer Manufaktur nahe Stuttgart produziert. Hier haben wir eine ausgestattete Großküche (ca. 200 m²). Der Bedarf an Konserven, generell hat natürlich zugenommen, doch der Absatz der Gastronomie ist völlig weggebrochen.

Wie wichtig ist Social Media für Dich?

Ich bin keine Expertin in diesem Bereich. Im Moment planen wir aber unseren Auftritt auf Social Media komplett neu zu gestalten. Ich denke man muss seine Zielgruppe kennen und sich dann die Fragen stellen, was möchten die von uns sehen und wie können wir Interesse wecken. Das sollte umgesetzt werden: mit Inhalten, die die Kanäle mehrmals wöchentlich bespielen. *mth*

Vielen Dank für das Gespräch!

www.benz-feinkostmanufaktur.de



24/7 GEÖFFNET



Nicht nur für Bestandskunden ist die neue Online-Shop-Software Apro.Shop von Apro.con ein attraktives Angebot. Im Interview erklärt Geschäftsführer Jens Eden Funktion und Vorteile.

Lohnt sich die Eröffnung einer eigenen Internet-Filiale? Wer diese Frage bisher verneinte, stand argumentativ auf relativ sicherem Fels. Das Frische-Segment kam in Sachen Internet-Verkauf, allen Rekordwerten des Online-Handels zum Trotz, nicht in die Gänge. Die Hindernisse: kurze Haltbarkeit der Produkte, besondere Anforderungen an Lagerung und Logistik – und König Kunde: Der Verkauf von Frischeprodukten lebt vom Kundenvertrauen. Dieses gewinnt am schnellsten, wer seine Produkte am Verkaufstresen perfekt inszeniert: sehen, riechen, verkosten – das viel beschworene Einkaufserlebnis. Im Web-Shop? Fehlanzeige. Jens Eden sieht für Metzgereien dennoch große Chancen im Internet-Verkauf – und warnt davor, die durch die Corona-Krise

beschleunigte Dynamik der Marktveränderungen im LEH zu verschlafen.

Der Online-Verkauf von Frischeprodukten, so legen Umfragen es nahe, scheitert vor allem am Vertrauen der Verbraucher in die Produktqualität. Sehen Sie das auch so?

Absolut. Genau deshalb bin ich aber, was Shop-Angebote lokal und regional verwurzelter Anbieter betrifft, bei deren Erfolgchancen optimistisch. Es macht aus Käufersicht in Sachen Vertrauen in die Produktqualität einen enormen Unterschied, ob das Frischeprodukt aus dem anonymen Großzentrallager eines Online-Giganten kommt oder vom lokalen Metzgerbetrieb oder Hofladen meines Vertrauens. Dort habe ich schon vor Ort eingekauft,

kenne die Filiale, das Sortiment, die Mitarbeiter. Ich weiß, welche Qualität ich bekomme. Ich sehe damit beim Frischeverkauf online sogar handfeste Wettbewerbsvorteile für regionale Anbieter. Damit das funktioniert, darf ich Shop-Konzepte der Großen nicht 1:1 kopieren.

Wie sollten Metzgereien vorgehen, um erfolgreich ins Online-Geschäft einzusteigen?

Ich empfehle, den Online-Shop gedanklich als eine weitere Filiale zu sehen und diese nahtlos in die vorhandene Infrastruktur einzubinden. Das beginnt in der Datenpflege mit der automatischen Übernahme von Online-Bestell- und Kundendaten ins Warenwirtschaftssystem sowie umgekehrt mit der Bereitstellung von Stammdaten wie Preisen, Artikeln und Artikelbeschreibungen aus der Warenwirtschaft für den Online-Shop. Eine einheitliche, gemeinsame Datenpflege für beide Vertriebskanäle, um Doppelarbeiten zu vermeiden. Logistik und Transport sind beim Online-Verkauf von Frischeprodukten die Knackpunkte. Wenn ich sage, „Nicht einfach die Großen kopieren“, meine ich, dass der Betrieb sein Online-Angebot mit den besonderen Möglichkeiten seiner stationären Filialstruktur verzahnen sollte. So kann er etwa Kunden Click & Collect-Vorbestellungen für Filialabholungen ermöglichen. Das kann der Internet-Riese nicht. Oder der Betrieb bietet in der Nahversorgung einen Lieferservice über seinen hauseigenen Fuhrpark an. Auch so kann man viel zur Kundenbindung beitragen – und Ressourcen sinnvoll nutzen.

Apro.Shop verzichtet auf eine shop-eigene App und setzt auf eine browser-basierte Lösung.

Das stimmt. Bevor wir mit der Entwicklung starteten, haben wir uns Statistiken zum Online-Shopping-Verhalten der Verbraucher angesehen – was Online-Käufe über Smartphones und Tablets betrifft sowie das Einkaufsverhalten am PC. So kamen wir zur Entscheidung, den Kunden eine browser-basierte Lösung anzubieten. Betriebe können mittels einer Link-Umleitung ihre Internet-Filiale in ihre Internet-Präsenz einbetten. In Zusammenarbeit mit einem Partner übernimmt Apro.con dabei das Hosting des Shops in einem TÜV-geprüften, nach ISO 9001:2015 und ISO 27001:2013 zertifizierten Tier III+ Rechenzentrum in Deutschland. Niemand im Betrieb sollte sich im IT-Klein-Klein verlieren, um einen professionellen Online-Shop zu starten. Ich



wähle als Betrieb aus drei Ausbaustufen und ergänze das Apro.Shop-Modul bei Bedarf um optionale Dienstleistungen.

Können Sie das in Praxisbeispiele übersetzen?

Ich beginne mit den drei Shop-Varianten. Mit Apro.Shop Basis erhält der Betrieb ein Click & Collect-Vorbestellsystem. Kunden können 24/7 online bestellen, holen ihre Bestellungen in der Filiale ab und bezahlen vor Ort. Betriebe, die Versandoptionen mit einbinden oder Kunden das Bezahlen online (z. B. PayPal, Kreditkarte) anbieten möchten, entscheiden sich für Apro.Shop Business. Apro.Shop Enterprise erweitert die Business-Variante um weitere Funktionen. Diese ist für Metzgereien interessant, die ihre Geschäftskundenbetreuung stärker auf die Online-Schiene verlagern möchten. Gleiches gilt für Betriebe, die ihre Produkte über Online-Marktplätze wie Ama-

zon und Ebay vertreiben möchten oder Dropshipping-Fulfillmentanbieter einbinden. Letzteres ist interessant für alle, die sich mit ihrem Sortiment teils in Nischenmärkten bewegen oder für bestimmte Produkte, z. B. Trockenfleisch, überregionale Vermarktungschancen sehen.

Inwiefern ergänzen Sie diese Apro.Shop Module mit optionalen Dienstleistungen?

Ich behaupte, die meisten Metzger sind offen dafür, das Einkaufen online zu ermöglichen. Wir wollen es den Apro.Shop-Kunden so einfach wie möglich machen, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren und bieten daher ergänzende, optionale Dienstleistungen für einen professionellen Web-Shop-Auftritt an. Denken sie an die Bebilderung, Produktbeschreibungen oder Suchmaschinenoptimierung, damit möglichst viele potenzielle Kunden auf die Online-Filiale aufmerksam werden.

Welche Vorlaufzeit benötige ich, um meine Apro.Shop Internet-Filiale zu eröffnen?

Wir haben unsere erste Pilotinstallation gestartet: ein Metzgereibetrieb, der bisher mit einer eigenen App arbeitete und den wir von den Vorteilen eines browser-basierten Web-Shops überzeugen konnten. Für Apro.Shop Basis werden wir die offizielle Vertriebsfreigabe erteilen, gefolgt von der Business- und der Enterprise-Variante mit Zeithorizont ab dem zweiten Halbjahr 2021.

Während des ersten Lockdowns im Frühjahr 2020 verzeichneten große Handelsketten teilweise Umsatzzuwächse von über 200 %. Was lässt sich daraus für Metzgereien ableiten?

Was wir heute sehen, ist ein Wettbewerb zwischen One-Stop-Shopping und standardisierten Convenience-Produkten auf der einen, und frischen regionalen Erzeugnissen auf der anderen Seite. Es genügt nicht, nur gute Ware im Sortiment zu haben. Ich muss als Metzgerei in der Lage sein, den Convenience-Faktor durch Qualität aufzuwiegen und zugleich bei den Vertriebswegen konkurrenzfähig sein. Die schleichende Gefahr für regionale Betriebe ist, dass der Kunde Frischeartikel, die er bisher lokal vor Ort kaufte, aus Bequemlichkeit bei den Großen durch ein Convenience-Produkt ersetzt – wesentlich, dass ihn nicht die gleiche Qualität wie beim Metzger erwartet. Ein eigener professioneller Online-Shop ist ein Mosaikstein, um Handelsketten die Stirn zu bieten. www.aprocon.de

Appetit bekommen?
Hier können Sie sofort bestellen:
<https://cutt.ly/Beck-Marinaden>



GRILLSCHUTZ-FAKTOR: LECKER

**Unsere SoftFix-Marinaden:
So schmeckt Geflügel, Lamm, Rind
und Schwein im Sommer 2021**



Die gestiegene Nachfrage nach feiner Metzger-Convenience aus Gläsern oder Dosen bedient die Familie Diem schon seit einigen Jahren. Im Herbst 2020 kam mit dem „Guthaus“ im Nebengebäude die entsprechende Verkaufsstätte hinzu.



Anders als andere

Schon bei meinem erstem Besuch dieser genussorientierten, innovationsfreudigen Familie 2017 stand die feine Metzger-Convenience im Fokus. Damals startete der Online-Shop richtig durch und eine neue Lagerfläche am Produktionsstandort im Ortsteil Deisenhausen ging dafür in Betrieb. Geführt wird das Familienunternehmen seit 25 Jahren in 9. Generation von Karl und Ulrike Diem. Küchenchef ist Sohn Johannes (28, Metzger und Betriebswirt), sein Bruder Benedikt (26) Hotelkaufmann und Wirtschaftsfachwirt. Karl Diem ist Metzgermeister, sieht sich aber als Allrounder. Seine Frau Ulrike führt den Verkauf. Das Diem-Team umfasst rund 42 Mitarbeiter/-innen.

„GUTHAUS“ WIRD REALITÄT

Mit dem ersten Corona-Lockdown im März 2020 entschied sich die Familie dazu, die 165 m² große Fläche im Untergeschoss eines eigenen Nebenhauses, das auch einige der 27 Hotelzimmer beherbergt, neu auszubauen. Und so wurde das ehemalige Reisebüro komplett entkernt und das „Guthaus“ Realität. „Wir betreiben bewusst keine Filialen, obwohl uns welche angeboten werden. Unsere Philosophie ist es, sich immer ums Haus zu erweitern“, sagt Karl Diem. Der Name „Guthaus“ geht auf die Familie Gut zurück, von denen die Diems einst das Gebäude erwarben. „Und nur Gutes gibt es jetzt auch wieder darin zu kaufen“, schmunzelt er. Die alte Metzgerei wurde zwischen Mai 2020 und dem Eröffnungstag am 8. September 2020 parallel betrieben. „Gegen das Innenstadtsterben haben wir drei weitere Schaufenster belebt – es gibt nichts Vergleichbares in der Stadt“, sagt Benedikt Diem. Diverse branchenbekannte Ladenbauer gaben ihre Angebote ab. Doch letztlich plante und realisierte die Familie ihr Vorhaben mit einem ebenso wie sie leicht corona-gebeutelten aber sehr kreativen und kooperativen Krumbacher Messebauer, der ihre Ideen so umsetzte, wie sie es haben wollte. „Wir haben schon viele neue Läden von Kollegen gesehen. Die sind auch schön. Doch wir wollten etwas anderes als andere“, betont der Inhaber.

KREATIVITÄT & KULINARIK

Und das bemerken die Kunden schon beim Betreten des neuen Ladens. Denn: Ihr Blick fällt direkt auf eine grüne Fläche mit dem Logo „Diem Guthaus“ in Sichthöhe über der zentral angeordneten Kasse. Dunkler Schiefer an den Wänden und übersichtlich gestaltete Regale rechterhand sowie an der Rückwand beherrschen das Bild. „Hier gibt es auch alles, was es im Hotel gibt“, sagt Karl Diem. Selbst gemischte Müslis und Salze, Marmeladen von Mama Ulrike, Honig, Tee, Cantuccini oder den Gin „Ginseblümchen“ – der in Kooperation abgefüllt wird und in einem Extra-Regal steht. Man kann nicht alles aufzählen bei dieser Vielfalt. In den Regalen: Ketchup, Dressings, Bio-Eier, Röstzwiebeln, Backspätzle u.v.m. Den größten Raum nehmen die Fertiggerichte in 400-ml-Dosen ein. Alles selbst hergestellt, abgefüllt, gebrandet und etikettiert – ebenso die Würstchen (www.diem-feinkost.de). Die Kreativität und Passion von Johannes Diem kommt bei der Produktentwicklung voll zum Tragen. Seit 2017 ist die Produktionsmenge an Fertiggerichten in Dosen gestiegen.

Und wo ist die Metzgertheke? Linkerhand, vorbei am Sitzbereich, der pandemiebedingt ruht – doch eine Modelleisenbahn lässt hier Kinderaugen strahlen. Rückwärtig der o.g. grünen Fläche ein Kühlregal mit SB-Waren wie Maultaschen-Variationen, Suppeneinlagen oder Knödel. „Heißgeräuchertes am Stück läuft hier auch viel besser als aus der Theke früher“, sagt Karl Diem. Und darin ebenso ein gewisser Anteil verpackter Ware, z. B. Bio-Rostbraten vom Rind, Klassiker wie Leberkäse oder Gelbwurst, Frischfleisch und Grillspezialitäten, Perlhuhnbrustfilet statt Maishähnchen oder die im eigenen Weinkeller luftgetrocknete Weinkeller-Salami in drei Sorten. Und ja: einen in die Wand integrierten Dry Ager-Reifeschrank mit Special-Cuts vom Rind und Tomahawks von der „fetten Sau“ gibt es auch noch.

REGIONALE ERZEUGER

Die Metzgerei schlachtet selbst. Die Erzeuger kennt Karl Diem seit Jahren. Bio-Rinder kommen vom Wiedenbauernhof Vögele (Ziemets-



KONZEPT

GASTHOF / METZGEREI / HOTEL DIEM – KRUMBACH

In neuer Generation geführter Familienbetrieb im Landkreis Günzburg. Kombination aus Gasthof, Metzgerei und Hotel. Eigene Schlachtung und Produktion. Regionaler Bezug der Tiere. Großes Sortiment an Fertiggerichten und Gläsern.

ERFOLGSFAKTOREN

- Kontinuität in allen Belangen
- Nie so sein, wie es andere von einem erwarten
- Familiärer Rück- und Zusammenhalt; individuelle Fähigkeiten einbringen
- Persönliche Präsenz der Familienmitglieder
- Wertschätzung leben

hausen) sowie von den Bauen Pröll und Goldstein (Billenhausen), Schweine vom Landwirt Max Müller (Billenhausen), die Bio-Variante vom Bauer Zeller (Echlishausen). „Wir nehmen die Nose-to-tail-Philosophie sehr ernst, es wird nichts weggeworfen“, betont Johannes Diem. Schwarten werden zu Aspik, Knochen zu Fonds und Innereien auch verwertet. „Alles in allem sind wir sehr zufrieden, wie sich die Dinge bisher entwickelt haben“, resümiert Karl Diem – hat aber sicher noch ein paar Ideen in petto. mth

www.gasthof-diem.de

Regional & digital

Mit dem Start des neuen Schlachthauses ging für die Familien Dallmann und Merklein ein Traum in Erfüllung. Nun ist bei „Elviras Bauernladen“ der Kreislauf von Weide über Stall bis hin zum Kunden komplett.

Wo früher eine riesige Scheune war, ist seit September 2020 der neue Schlacht-, Zerlege- und Produktionsbereich auf dem Hof der Familien in Eussenheim-Aschfeld in der Nähe von Karlstadt (Landkreis Main-Spessart). „Nun haben wir einfach mehr Platz zum Arbeiten. Jetzt sind es elf Kühllhäuser, vorher war es nur die Hälfte.

400 m² haben wir um- bzw. ausgebaut“, berichtet Markus Dallmann, Metzgermeister und Obermeister der Innung Main-Spessart. „Zuvor haben wir viele Jahre bei Metzgerkollegen geschlachtet, doch da das immer ungewisser wurde, bestand Handlungsbedarf. Von der Planung bis zum Start vergingen rund vier Jahre“, ergänzt seine Frau Katja, Landwirtin und Tech-



nikerin für Landbau. Sie ist die Tochter von Elvira und Richard Merklein, die ihren Bauernladen 1997 eröffneten und auch schon mehrfach Bauabschnitte umsetzten. Auch Großvater Paul Merklein war Landwirt und Metzger. Die Familie hält eigene Tiere in Ställen sowie auf den Weiden im Ort: eine Mutterkuhherde mit rund 160 Stück Vieh (vorwiegend Limousin) sowie 300 bis 400 Puten, die länger als üblich gemästet und in einem separaten Bereich geschlachtet werden.

Vor zwei Jahren stellte man den Betrieb auf EU-Biolandwirtschaft um. Seit 1. Januar 2021 ist die Metzgerei für Bio-Rind zertifiziert. Bio-Lämmer und -Schweine kommen von Kollegenbetrieben, auch die Lohnschlachtungen nehmen zu. „Wir produzieren nur das, was wir benötigen“, betont Katja Dallmann. In Zahlen sind das pro Woche: montags 10 bis 14 Schweine, donnerstags vier Stück Großvieh (Rinder, Ochsen) und freitags 30 bis 40 Puten. Bald kommen 5 bis 20 Bio-Lämmer hinzu. Etwa 20 Mitarbeiter sind beschäftigt. Durch den gestiegenen Bedarf an Bestellungen wur-

venience-Gerichte im Glas, Burgerpatties, Geräuchertes, Salami u.v.m. In mehreren Arbeitsbereichen werden die Fleisch- und Wurstspezialitäten vakuumiert, verpackt, etikettiert, vorkommissioniert und gelagert – in Kühlräumen und der Ladentheke in Kisten und später Beuteln. „Eine klassische Theke im Laden haben wir seit Anfang 2020 nicht mehr“, berichtet Katja Dallmann und ergänzt: „Ohne Digitalisierung der Abläufe wäre es aber nicht möglich, das hohe Aufkommen an Waren zu stemmen“. Bei allem ist die Software komMa eine große Hilfe: Die Bestellungen, Pack- und Produktionslisten, Etikettierung, Tourenlisten für die Navigation, Buchhaltung und Rechnungswesen etc. laufen darüber ab. Mehrere Vertriebswege wurden bisher getestet, ausgebaut und weiterentwickelt. Im Hofladen holen Kunden mittwochs und freitags von 16 bis 18 Uhr ihre Bestellungen ab. Für die Direktbelieferung gibt es zwei „Bauernhofflitzer“, ein drittes Kühlfahrzeug ist bestellt. Über 1.000 Haushalte im Raum Karlstadt und Würzburg werden seit 2007 im Vier-Wochen-Rhythmus direkt an der Haustüre beliefert, z. B. in Himmelstadt, Rimpfard, Estenfeld sowie vielen Stadtteilen Würzburgs. Von 2.300 Bestellungen im Jahr 2016 stieg die Zahl 2020 auf 4.638.

Zudem halten die „Flitzer“ seit 2017 freitags (15 bis 15.30 Uhr) an der Würzburger Talavera, wo die Kunden ihre Bestellungen erhalten (Startjahr: 222, 2020: 804). „Der persönliche Kontakt ist uns sehr wichtig“, betont Katja Dallmann und der Erfolg spricht für sich. Doch das ist noch nicht alles: Seit 2016 dienen 36 Kunden selbst als „Schlemmer-Boten“, bei denen wiederum andere Besteller ihre Waren abholen. Hier erfolgt die Belieferung alle vier Wochen im Umkreis von 65 km rund um Aschfeld (2016: 222 Bestellungen/Jahr; 2020: 2.539). Beispiele dafür sind etwa Bad Kissingen, Ochsenfurt, Oberthulba, Schweinfurt oder Wertheim. Der Durchschnittsbonus liegt dabei stets im höheren zweistelligen Bereich.

SOCIAL MEDIA & MORE

Ihr Vertriebskonzept stellte Katja Dallmann 2020 auf dem Netzwerk-Event „Meat & Greet“ in Fürstfeldbruck vor – als Unternehmerin und Mitglied des Vereins „Fleischerhandwerk – wir sind anders“. 2018 nahm sie am Event

„Trüffeljagd Digital Lab“ teil, was ihr einen Schub gab, in Sachen Social Media stärker durchzustarten. Viele ihrer Beiträge auf Instagram und Facebook plant die Mutter zweier Teenager-Söhne nicht erst seit Homeschooling-Zeiten mithilfe eines entsprechenden Tools (Tailwind) bis zu vier Wochen im Voraus. Neben aktuellen Videos und Bildern sind das wöchentliche Newsletter, Liefertermine oder andere News. Seit Februar zählen auch die zwei Bioland-Läden „QueerBeet“ (Würzburg-Zellerau, Oberaltertheim) zum Kundenstamm, für Bio-Rindfleisch. „Man muss immer schauen, welche Türen sich öffnen könnten. Unser Weg ist noch nicht zu Ende.“ *mth*

www.elviras-bauernladen.de

KONZEPT

ELVIRAS BAUERNLADEN – EUSSENHEIM-ASCHFELD

Landwirtschaftlicher Betrieb in Unterfranken mit eigenen Rindern und Puten. Schlacht-, Zerlege- und Produktionsbetrieb am Hof. Direktbelieferung von Kunden an die Haustüre. Web-Shop, umfangreiche Social-Media-Aktivitäten.

PROFI-PARTNER

- **Betäubungstechnik:** G. Abele Schlachthanlagen
- **Brühmaschine:** G. Abele Schlachthanlagen
- **Füller:** Rex Technologie
- **Gewürze:** Hagesüd, Wiberg (Frutarom Savory Solutions)
- **Kühlfahrzeug:** Auto Senger
- **Paneelbau:** Winkelplast
- **Räuchertechnik:** Reich Thermoprozesstechnik
- **Software:** komMA Software AG
- **Schlachttechnik:** Stefan Ochs
- **Vakuumtechnik:** Komet

ERFOLGSFAKTOREN

- **Alles aus einer Hand – von der Aufzucht über die Schlachtung und Zerlegung bis hin zum Vertrieb**
- **Mit der Zeit gehen – Online-Shop, Hauslieferservice und Abholstation**
- **Kein Zukauf von Fleisch und Wurst, 100 % eigene Herstellung**
- **Kunden auf Instagram und Facebook mitnehmen. Storys von der täglichen Arbeit erzählen**
- **Ehrlichkeit, Vertrauen und Authentizität den Kunden gegenüber**



Fotos: Elviras Bauernladen, Theimer

den 2020 weitere Mitarbeiter für den Bereich Verpackung eingestellt. Alle Produkte und Waren werden vorab telefonisch, per Mail oder via Web-Shop bestellt und dann ausgeliefert bzw. von den Kunden im Hofladen abgeholt.

PERSÖNLICH STATT ANONYM

Rund 3 bis 4 t Ware sind das in der Woche: Frischfleisch, Hausmacher-Wurstwaren, Con-



Power-Frauen

Frisch und heiß aus dem Hot-Dog-Gerät: Das Wiener Würstchen knackt verführerisch beim Reinbeißen. Köstlich mild ist es. Das finden auch die Kunden, die den Werksverkauf bei „Fleischers Frauen“ in Berlin-Neukölln entdeckt haben.



Seit Spätsommer, nach dem ersten Lockdown 2020, gibt es bei D+S Fleischwaren einen Werksverkauf. Die Manufaktur ist spezialisiert auf Groß- und Gewerbekunden. Nach dem ersten Lockdown fiel der Umsatz rasant. Geschäftsführerin Jacqueline Dziarsk erinnert sich: „Wir saßen zusammen und überlegten, was wir tun können, wenn es zum zweiten Lockdown kommen wür-

de. Die Idee mit dem Werksverkauf lag eigentlich nahe. Denn den Raum, in dem wir ihn nun eingerichtet haben, gab es bereits. Es war sogar schon mal ein Verkaufsraum, aber das ist lange her. Da fing ich hier mit meiner Lehre an.“ Die Fleischerei liegt in einem kleinen Gewerbegebiet. Hierher finden nur Insider. Dennoch hat sich der Werksverkauf gut etabliert. Jacqueline Dziarsk steht oft selbst hinter der Theke: „Die Kunden-nähe ist schön. Direkt zu hören, ob die Wurst schmeckt oder nicht, ins Gespräch zu kommen, das macht Freude – und tut in diesen Zeiten besonders gut.“ Sie lacht ansteckend – trotz Maske deutlich zu bemerken. Der Optimismus ist ihr auch in Pandemie-Zeiten nicht abhanden gekommen. „Mit dem Erlös aus dem Werksverkauf kann man natürlich keine Firma retten, aber für einen Teil der Betriebskosten reicht es.“ Und sie denkt weiter: Jetzt, wo es etwas weniger zu tun gibt, nutzt sie die Zeit, um weitere Spezialitäten für die Grill-saison auszuprobieren sowie neue Rezepturen zu testen.

STARKER AUFTRITT

In ihrem Team arbeiten 20 Angestellte, überwiegend Männer. Dennoch gibt es fünf Frauen bei „Fleischers Frauen“. Der neue Name und das fesche Logo entstanden erst kürzlich. „Den Namen D+S Fleischwaren fand ich für den kleinen Verkaufsladen etwas sperrig. Das kann sich keiner merken. Und Fleischers Frauen sind wir wirklich, die Frauen vom Flei-

ERFOLGSFAKTOREN

- Qualitätskontrolle von Warenein-bis -ausgang
- Spezialisierung auf eine übersichtliche Produktauswahl
- Starker Teamgeist
- Professionelle technische Ausstattung
- Gelebte Begeisterung

KONZEPT

D+S FLEISCHWAREN – BERLIN

Vom einer Fleischermeisterin und ihre Stieftochter geführte Fleischerei mit Schwerpunkt auf Gewerbekunden aus Gastronomie und Einzelhandel. Seit der Corona-Krise 2020 Werksverkauf als weiteres Standbein (Do./Fr./Sa.)



scher“, sagt Jacqueline Dziersk. Sie stellt ihr Licht damit etwas unter den Scheffel. Denn sie ist selbst Fleischermeisterin, genau wie ihr Mann es war, den sie in dem Betrieb kennenlernte.

Seit 1999 führte er als Geschäftsführer die Fleischerei, die 1960 von Dornfeld und Schmidt (D+S) gegründet wurde. 2014 übernahm Jacqueline Dziersk zusammen mit ihm das Unternehmen. Damals war die schwere Krankheit ihres Mannes bereits bekannt. „Wir wollten die Nachfolge und den Betrieb sichern“, erinnert sie sich. Er starb 2019. Jacqueline Dziersk lässt ihren Blick schweifen – zum Logo über der Tür der Fleischerei und zum kleinen Werksverkauf: „Wenn mein Mann das sehen könnte, wäre er froh. Er hat immer zu mir gesagt: Du schaffst das!“

Unterstützt wird sie von einer weiteren „Fleischers Frau“, Ronja, ihrer Stieftochter, der Tochter ihres verstorbenen Ehemannes. Ronja Dziersk hat Bürokauffrau gelernt und ist seit 2002 mit im Geschäft. „Ronja übernimmt die gesamte Buchhaltung, die Preisgestaltung. Wir sind ein super Team – sowie so alle hier, auch mit unserem Betriebsleiter“ (Bild o. re.).

KOMPROMISSLOS FRISCH

Produziert wird täglich von Montag bis Freitag. Qualität beginnt beim Wareneingang. „Wir schauen genau hin. Wenn das Fleisch nicht der Qualität entspricht, nehmen wir es erst gar nicht an. Aber generell haben wir zuverlässige Lieferanten mit dauerhaft gutem Fleisch“, sagt Jacqueline Dziersk. Top-Produkte sind Wiener, Knacker und Bratwürste. In der Produktion stehen unter anderem drei große Füller, die aber momentan nicht ausgelastet sind. Wichtige Kunden kommen aus der Gastronomie, da gehe nichts derzeit. Selbst bei Imbissbetrieben ist nicht alles wie vor Corona, denn die Imbisse vor oder in Einkaufszentren laufen nicht so gut, manche sind sogar geschlossen, sagt sie. Ein weiterer Kundenkreis ist der Einzelhandel: „Das läuft zum Glück gut.“

Frische ist für die Produkte von Fleischers Frauen ein entscheidendes Merkmal. „Wir produzieren immer wieder frisch, so dass wir die Kunden direkt beliefern können.“ Die gute Technikausstattung in ihrer Produktion täuscht nicht darüber hinweg, dass viel Handarbeit nötig ist: „Etwa für unsere beliebte Bauernleberwurst, die Koch-

wurstsorten und die eingelegten Schweinekämme. Die werden sogar von Hand geschnitten.“

SICHTBARER WERDEN

Vor Corona, in der Hochsaison wie zu Weihnachten und Pfingsten, wurden hier bis zu 20 Tonnen pro Woche produziert, „jetzt kommen wir auf drei bis vier Tonnen“, sagt Jacqueline Dziersk. Einen kleinen Peak gab es nach einem Fernsehbeitrag im Sender rbb. „Die Resonanz haben wir deutlich gespürt. Wir waren danach sogar zu zweit im Verkauf, um die Schlange nicht zu lang werden zu lassen“, lacht sie, „einige neue Stammkunden hat uns das sicher gebracht.“ Außerdem habe die Aktion hat auch viel Freude gemacht.

Ihre Begeisterung ist spürbar. Und so überlegen Jacqueline und Ronja Dziersk bereits, was sie als

PROFI-PARTNER

- **Cliptechnik:** Poly-clip System
- **Füller:** Vemag Maschinenbau
- **Gewürze:** Hela, Kahler
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kochkessel:** Kerres Anlagensysteme
- **Kutter:** Seydelmann
- **Kühlfahrzeuge:** Mercedes Benz, MAN
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Räuchertechnik:** Kerres Anlagensysteme
- **Tumbler:** Vakona
- **Vakuuierier:** VAMA Maschinenbau
- **Verpackungsmaschine:** Hilutec

Nächstes tun, damit (nicht nur) ihre sensationell guten Wiener weitere Fans finden. *Heike Sievers*
www.d-s-wurst.de

GENUSS-FAKTOR GARANTIERT

Mit Technik, die eines verspricht: Qualität, die man am Ende schmeckt.

Kutter, Wölfe, Mischer für Handwerk und Industrie.

kgwetter.de/hygieneplus

MIT QUALITÄT ÜBERZEUGEN

Am 22. Juli 2020 erfüllten sich André und Natalie Wittmann ihren Traum von der Selbständigkeit und eröffneten im Herzen der Insel Sylt direkt in Westerland ihre eigene Feinkost – Metzgerei.

Beide sind in Russland geboren, aber schon seit den 1990er-Jahren als Deutsche in Deutschland lebend. Seit 16 Jahren sind sie verheiratet und Eltern zweier Teenager. André Wittmann (43) ist auf Sylt seit Jahren als Fleischermeister tätig. Viele Einheimische und Sylt-Gäste kennen ihn als Spezialisten für Premium-Fleisch. 1998 begann er seine Ausbildung zum Fleischer in der Fleischerei Sönke Petersen (Hattstedt) und arbeitete dort nach erfolgreichem Abschluss bis 2008. Sein weiterer Weg führte in ein Sylter Feinkostgeschäft. Er leitete dort bis 2019 die Fleischabteilung. Im März 2011 machte er seinen Meister in Hamburg. Natalie Wittmann (41) ist gelernte Steuerexpertin, unterstützt ihn im Verkauf und führt den kaufmännischen Bereich.

Warum haben Sie sich für die Selbständigkeit entschieden?

Das war schon immer unser großer Traum. Zwar wussten wir, dass das ein großer Schritt sein würde, doch nach 22 Jahren Berufserfahrung waren wir soweit und fühlten uns reif und stark. Die größte Herausforderung war, das Rennen gegen die Zeit zu gewinnen, denn André wollte nicht zu lange vom Markt verschwinden. Zum Glück ging der Ladenumbau (65 m²) schnell, sodass wir nach sechs Wochen die Eröffnung feierten. Dies verdanken wir vielen fleißigen Handwerkern und vor allem dem Innenarchitekten Göran Gallandt der unseren Traum mit Fachwissen und Engagement realisierte.

Wie hat sich Ihr Unternehmen entwickelt?

Nach der Eröffnung lief der Laden direkt sehr gut an, denn André steht persönlich in sehr engem Kontakt mit seinen treuen, loyalen Kunden. Mit der Zeit lernten ihn/uns auch



„Die Familie Wittmann ist sehr leidenschaftlich wenn es um gute Lebensmittel und Fleisch geht und hatte eine klare Vision davon, wie der Laden auf ihre Kunden wirken soll. Es hat viel Spaß gemacht gemeinsam ihre Vision in eine gestalterische Sprache umzusetzen.“ **Göran Gallandt, Konzeptstube für Raumplanung und Lebensmittelkultur**

immer mehr neue Kunden kennen. Unser Highlight ist das Feedback unserer Kunden. André ist sehr glücklich darüber, wenn Kunden nach dem Einkauf vom Vortag nochmal kommen und sich bedanken: „Herr Wittmann, das Fleisch war sensationell“, „Unsere Gäste und wir waren sehr begeistert“ oder „Vielen Dank für Ihre Empfehlung und Beratung“. Kleine Highlights gibt es aber auch immer wieder, z. B. wenn die ganze Familie mithilft oder ein Kunde um 21 Uhr im Anreisestress anruft, ob er noch ein gutes Stück Fleisch bekommen könnte.

Beschreiben Sie kurz ihr Angebot.

Neben Käse, Butter, Kaviar, Trüffel, Champagner und Weinen, bieten wir vor allem erstklassige, frische Fleisch- und Wurstspezialitäten. In unserem Tresen finden Kunden beim Rindfleisch eine besondere Auswahl exquisiter Spezialitäten. Jedes Land hat seine Fleischvorzüge: egal ob mürb, nussiges Dry Aged Beef, alte Txogitxu-Kühe (Spanien), marmoriertes Wagyu-Fleisch (Australien), intensives US-Rind oder perfekt selektiertes Galloway aus Nordfriesland. Einer unserer Hauptlieferanten versorgt uns mit original italienischen Wurstwaren aus handwerklicher Herstellung. Das Wurstsortiment ist international – aber immer Premium.

Wo sehen Sie Ihr Unternehmen in fünf Jahren?

Als Familienbetrieb: Wir wollen unsere Substanz, unseren Kern und das Feeling behalten und unsere Kunden mit der besten Qualität versorgen. Sobald man mit seinen Waren eine größere Zahl an Menschen ansprechen will und auf Quantität setzt, mildert sich automatisch die Qualität, und diese ist es worauf es uns ankommt. *mtH*

Vielen Dank für das Gespräch!

www.fm-wittmann.de, www.goerangallandt.de





Seit zehn Jahren engagieren sich **FH Fleischer-Handwerk**, Homann Foodservice und der Deutsche Fleischer-Verband partnerschaftlich für den Nachwuchswettbewerb Snack Star® Snack des Jahres.

Kreative Snack-Kompositionen in der Metzgertheke sind heute wichtiger denn je: Die Gastronomie, Cafeterien, Bistros und Kantinen mussten während des Corona-Lockdowns schließen. Daher greifen nun viele Menschen auf das Sortiment von Metzgereien zurück, sei es zum Mitnehmen ins Büro, für die Pause im Home-Office oder einfach als Snack zwischendurch. Hier sind Abwechslung und Kreativität gefragt, um Kunden öfter mal etwas Neues zu bieten.

Aufgrund der Covid-19-Situation entschied sich das Snack Star®-Team 2020 dafür, den Einsendeschluss des laufenden Wettbewerbs bis zum Sommer 2021 zu verlängern. So können sich Interessierte flexibel der neuen Situation anpassen. Das bereits bekannte Motto „Spicy Style“ bleibt für 2021 unverändert, ebenso wie die Teilnahmebedingungen und -voraussetzungen. Die einzige Neuerung ist der neue Einsendeschluss am 23. Juli 2021.

SCHULUNGSMATERIALIEN

Noch stehen ggfs. Distanz- oder Wechselunterricht auf dem Lehrplan der Nachwuchskräfte. Daher ist die Nachwuchsförderung gerade von Seiten der beruflichen Schulen und der Betriebe des Fleischerhandwerks in dieser schwierigen Zeit unabdingbar. Hier kommt der Homann Snack Star® Snack des Jahres-Nachwuchswettbewerb ins Spiel: Jetzt gilt es den Branchennachwuchs zu fordern und zu fördern und dieser kann beweisen, was wirklich in ihm oder ihr steckt. Eine neue Situation fordert immer auch neue Herangehensweisen. Als hilfreiche Unterstützung stehen Lehrkräften aktuelle Schulungsmaterialien unter www.homann-snackstar.de gratis zum Download zur Verfügung. Das benötigte Passwort kann mit einer E-Mail an snackstar@markenpartner.com erfragt werden.

Bei Fragen oder für weitere Hintergründe zum Wettbewerb steht das Snack Star® Snack des Jahres-

Team Interessierten jederzeit mit Rat und Tat sowie Infos zu Warenkorbbestellungen, Bewerbungen oder bei allgemeinen Fragen zur Verfügung: Mail an snackstar@markenpartner.com oder telefonisch unter (0203) 73 82 15-30. Viele kreative Anregungen, Inspirationen, Tipps und Tricks gibt es auch via Social-Media: Facebook. [de/SnackdesJahres](https://www.facebook.com/SnackdesJahres), Instagram.com/[snackstar.snack](https://www.instagram.com/snackstar.snack).

www.homann-snackstar.de



Alle Infos zum Wettbewerb sowie die Online-Bewerbung gibt es unter

www.homann-snackstar.de.

Einsendeschluss: 23.07.2021



FRISCHE IN PERFEKTION
Die neuen **Metzgertheken**

- ▄▄ robuste Edelstahlausführung und elegante Glasfront
- ▄▄ verschiedene Kältesysteme und individuelle Temperaturzonen
- ▄▄ brillante und energiesparende LED-Warenausleuchtung
- ▄▄ bestes Warenklima und appetitliche Frische

www.hagola.de **HAGOLA Gastronomie-Technik GmbH & Co. KG**
Hagolastr. 2 | 49424 Goldenstedt | Tel.: 04444 201-0 | info@hagola.de



MIT FRISCHE BEGEISTERN

Egal ob mobiler Verkaufswagen, Kühlfahrzeug oder -anhänger – die darin angebotenen oder transportieren Waren punkten vor allem durch eines: absolute Frische aus der jeweiligen Region.

Ein Erfolgsbeispiel in puncto mobiler Verkauf ist die Marke *FriMobil* der Familie Wiesneth aus Simmelsdorf-Huttenbach in Oberfranken. So bringt die Metzgerfamilie nicht nur selbst montags bis samstags auf exakt definierten Touren ihre Fleisch- und Wurstwaren direkt zu den Kunden, sondern bietet dieses Geschäftskonzept unter der Marke *FriMobil* Franchise auch Interessierten für den individuellen Unternehmenserfolg an. Dabei geht das erfolgreich am Markt etablierte Konzept weit über das Kernangebot üblicher Metzgereien hinaus: von Heißer Theke bis Backwaren, Molkereiprodukten oder Eiern, immer wieder neuen, begeisterungs-

fähigen Innovationsprodukten wie das prämierte Fleischwurst-Mango-Curry bis hin zu selbstgebackenen Kuchen. In den Gebieten Nürnberg und Lauf ist es seit fast 20 Jahren erfolgreich. Und so hilft das Unternehmen etwa bei Behördengängen, Steuerfragen, dem Marketing oder der Finanzierung. Die ersten 100 Kunden werden generiert, die hochwertigen Fleisch- und Wurstwaren kommen aus dem Metzgerei-Meisterbetrieb.

Zwei – und voraussichtlich bald drei – Kühlfahrzeuge unter dem Namen „Bauernhof-Flitzer“ bringen die online oder via Telefon bestellten und daraufhin produzierten Fleisch- und Wurstwaren von „*Elviras Bauernladen*“ in Eu-

benheim-Aschfeld bei Karlstadt im Landkreis Main-Spessart zu ihren Kunden. „Wir haben uns für die Direktbelieferung an die Haustüre der Kunden entschieden, weil es persönlicher ist, als nur in einem bestimmten Zeitraum an einem bekannten Ort zu stehen“, sagt Geschäftsführerin Katja Dallmann. Wie das funktioniert ist auf Seite 26 und 27 zu lesen.

Und auch die *Metzgerei Holwegler* aus Donau-eschingen macht keine halben Sachen in Sachen hygienekonformem und sicheren Kühltransport. Neben dem Hauptgeschäft gibt es eine weitere Filiale in der Stadt sowie in Wolterdingen und Bad Dürkheim. Dafür wurden jüngst vier neue Kühltransporter von



Borco Höhns



Metzgerei Holwegler/Kiesling



Elviras Bauernladen (Auto Senger)



Winter Fahrzeugtechnik

Fotos: FriMobil Franchise, Borco Höhns, Kiesling, Elviras Bauernladen, Winter Fahrzeugtechnik

Kiesling Fahrzeugbau angeschafft. Die Fahrzeuge mit Kiesling-Aufbau Cooler Flitzer sind auf Mercedes-Benz Sprinter aufgebaut. Zugleich hat die Metzgerfamilie dafür die Kiesling Aero Pakete mitbestellt, um den Kraftstoffverbrauch der Fahrzeuge zu senken. Diese großflächigen Spoiler decken die Kühlgeräte komplett ab, die Luftzufuhr erfolgt über eine schmale Öffnung. So sind die Kühlgeräte und außenliegenden Lüfter in der kalten Jahreszeit vor Eis und Schmutz geschützt. Weitere praktische Details sind die stabile Bodenwanne, die rundherum mit dem seitlichen Sockel verschweißt ist und dadurch dauerhaft flüssigkeitsdicht und hygienisch ist, oder die magnetischen Türfeststeller Easy Lock®, die dauerhaft halten und verschleißfrei sind.

LEICHTBAU-KONZEPT

Ein neues Konzept für den 3,5-Tonner präsentiert *Borco Höhns*. Damit sinkt das Leergewicht der Verkaufsmobile stark und erhöht die Zuladung bei 5 m langer Kühltheke auf 600 kg. Das Eigengewicht sank um fast 300 kg. Die Basis ist der Triebkopf des Fiat Ducato mit 2,3-l-Dieselmotor in Euro 6d-Temp. Das neue Niederrahmen-Chassis besitzt gegenüber dem Fiat-Original einen größeren Abstand zwischen den Hauptträgern. Karosserieseitig sorgten eine innovative Lösung für die Dachkonstruktion und ein neuer Fußboden die größte Gewichtsreduktion. Das Fahrzeugdach hat kein festes Gerippe mehr. Dafür bekam es ein neues Profilsystem zur Aufnahme einer Dachkonstruktion in Sandwich-Bauweise. Deren Innenkern besteht aus Rezyklat (Material aus recycelten PET-Flaschen), das auch in den Sandwichplatten im Fußboden im Einsatz ist. Bei der Gestaltung des Innenraums setzte man auf die Hybridtechnik aus Aluminium und neuer Werkstoffe. So sind die Vertäfelungen nun schlanker, was rund 20 % Gewicht einspart. Zum Innenausbau zählen Ablagen, Regale, Kühlfächer mit Umluftkühlung und Kühlruhen ebenso wie ein Glastresen plus LED-Lichtkonzept. Mit 750 mm statt 670 mm tiefen Auslagen wurde die Kühltheke vergrößert. So lässt sich mehr Ware präsentieren. Die ersten Fahrzeuge neuer Art werden nach Lockerung der Corona-Schutzmaßnahmen während einer „Frühjahrswoche“ in Rotenburg/Wümme vorgestellt.

OB AUFBAU ODER ANHÄNGER

Wert auf Vielfalt und Kundenwünsche legt *Humbaur* bei seinem Angebot an Kühl- und Tiefkühlfahrzeugen sowie -anhängern und Kofferaufbauten. Mit hochwertigen Kühlaggregaten versehen und nach HACCP & ATP zertifiziert, gewährleisten diese einen hygienisch einwandfreien Transport und das Einhalten der Kühlkette. So erlauben etwa beim Kofferauhänger der Modellreihe HGK Deluxe Tandem Aggregate von Govi via 230-V-Anschluss betriebenen Temperaturen von +2°C bis +10°C – und das bei einer Außentemperatur von bis zu 40°C. Der Tiefkühlanhänger Cool-Trailer HK Tandem erlaubt den Transport von Waren unter 0°C. Dafür ist er mit einem 80 mm starken Boden mit Hartschaumkern ausgestattet. Die Kofferaufbauten FlexBox für Kühlung (Cool) und Tiefkühlung (Freeze) gibt es etwa für

Nützliche Links
www.borco.de
www.elviras-bauernladen.de
www.frimobil.de
www.humbaur.com
www.kiesling.de
www.metzgerei-holwegler.de
www.winter-kuehlfahrzeuge.de

Permanent effizient
 Mehr Nutzlast, viel weniger Verbrauch/Emission
 Aerodynamik-Kühllaufbau CoolerBox2.0

KRESS KÜHLFAHRZEUGE www.kress.eu

TRANSPORTIEREN, KÜHLEN, VERKAUFEN.

Auch telefonisch und per E-mail für Sie da!

WÖRMANN
www.woermann.eu

~ 2000 Anhänger
 500 Gebrauchte

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

HUMBAUR
 MACHT'S MÖGLICH

**ZARTUNDFRISCH
 HUMBAUR
 AUFDENTISCH**

**QUALITÄT SICHER
 TRANSPORTIERT**

Optimal gekühlt, bestens gesichert.
 Für den zuverlässigen Transport
 ihrer Fleisch- und Wurstwaren.
 So individuell und flexibel wie Sie.

...und viele mehr!

FLEXBOX PURLIGHT
 Humbaur GmbH • Mercedesring 1 • 86368 Gersthofen • Germany

humbaur.com
HUMBAUR.COM/DE/KOFFERAUFBAU

den Fiat Ducato mit Erdgasantrieb als Basisfahrzeug. Das Kernstück dabei ist die vollelektrische Transportkühlanlage TE30 von Mitsubishi mit 3.019 W Kälteleistung. Dank Batteriespeicher kann der vorgekühlte Laderaum bis zu sechs Stunden autark gekühlt werden. Mit einer großen Zubehörauswahl sind die Fahrzeuge an individuelle Bedürfnisse anpassbar.

Als zukunftsorientiertes Unternehmen produziert *Kiesling Fahrzeugbau* seine Kühlaufbauten und Kühlfahrzeuge nach nachhaltigen Aspekten. So setzt es etwa nur Strom aus regenerativen Quellen ein, wovon ein großer Teil aus der eigenen Photovoltaik-Anlage stammt. Auch die Produkte passen zur Nachhaltigkeitsstrategie und bieten den Kunden Mehrwerte hinsichtlich eigener Klimaziele. Die Kühlaufbauten sind auf Langlebigkeit ausgelegt. Kommt ein Aufbau ans Nutzungsende, kann er recycelt werden. Die Materialien Metalldeckschicht, PU-Schaum und Holz sind leicht zu trennen, da sie nicht verklebt, sondern konstruktiv miteinander verbunden sind. Der PU-Schaum wird gepresst und kommt als stabile Platte zurück. Die Plat-



Humbaur

ten werden in der Produktion wieder als Ersatz für Holz eingesetzt. In einer Kooperation mit AddVolt rüstet Kiesling Fahrzeuge mit Batterien aus, um übliche Kühlaggregate via Standkühlung elektrisch zu betreiben. Volle Leistung liefert der Power Pack an jedem Lieferstopp via elektrischem Standbetrieb und macht das Fahrzeug so lokal dieselfrei. Auch der Einsatz von Kältevorhängen kann Kälteverlust verringern. Als effektiv erwies sich das patentierte System Cool Slide. Der Laderaum kann mit einer Cool Slide-Trennwand an die der Lademenge angepasst werden. Nachweislich werde so der Energieverbrauch des Kühlgerätes und der damit verbundene CO₂-Ausstoß um bis zu 40 % gesenkt, was im Jahr bis zu 500 l ausmacht.

Eine multifunktionelle Ausstattung sorgt bei Kühlausbauten für Flexibilität. Auch *Winter Kühlfahrzeuge* bietet praktische Lösungen an. So entschied sich etwa ein Kunde für eine zweite Schiebetür auf der Fahrerseite, die in den Isolierausbau integriert wurde. Der Laderaum besteht aus zwei Kammern für den gleichzeitigen Transport von Waren mit unterschiedlichen Temperaturanforderungen. Die Beförderung gekühlter und erwärmter Produkte ist so möglich. Mit wenigen Handgriffen wird ein Zwischenboden eingesetzt. So entsteht eine temporäre zweite Ladeebene im Laderaum. Ein digitales Anzeige- und Bedienelement im Fahrerhaus ermöglicht eine kontrollierte Einhaltung der geforderten Transporttemperaturen. Abgedeckt werden Bereiche von -20 bis +25°C. Ladungssicherung (Airline-Schienen mit Spanngurt) und Laderaum-Beleuchtung sind serienmäßig. Die Ausbausysteme werden nach den Qualitätsmaßstäben der DIN EN ISO 9001 hergestellt und entsprechen den Anforderungen von ATP, DIN 1815, HACCP, EU-Richtlinie 94/43 EWG und LMHV. *mtH*

Foto: Humbaur

ANZEIGE

WEBOMATIC

Wir bauen Vertrauen seit 1958, Generation für Generation.

Seit der Konstruktion der ersten Vakuumverpackungsmaschine im Jahr 1958 setzen wir Standards für die für Verpackungsmaschinen. Unsere Aufgabe ist die optimale Vakuumverpackung von Fleisch, Wurstwaren, Geflügel- und Milchprodukten unserer Kunden aus Handwerk, Gastronomie und Industrie. In lösungsorientierter Art und Weise arbeiten wir gemeinsam mit unseren Kunden an passgenauen Verpackungskonzepten. Wir bauen auf umfassendes technisches Wissen, anwendungsorientierte Erfahrung, die Zusammenarbeit mit hochkarätigen Zulieferern und die Verwendung von ausnahmslos hochwertigen Materialien, um unsere erstklassige WEBOMATIC-Qualität zu garantieren. WEBOMATIC bietet eines der umfangreichsten und individuellsten Lieferprogramme von robusten und zuverlässigen Vakuumverpackungsmaschinen, die alle in Deutschland hergestellt werden:

- Vakuumkammermaschinen
- Schalensiegelmaschinen/Traysealer
- Tiefziehmaschinen
- Skin-Verpackungen mit Folien und Schalen
- Schrumpfeinheiten
- Schrumpfanwendungen auf Tiefziehmaschinen
- Individuallösungen
- Anlagenkomponenten
- Wartung und Service



Gründung:	1958
Beschäftigte:	150 weltweit
Vertrieb:	weltweit
Geschäftsführender Gesellschafter:	Ralf Bonk
Anwendungen:	Wir bieten die optimale Vakuumverpackung von Lebensmitteln sowie hochsensiblen Industrie- oder Medizinprodukten
Alleinstellungsmerkmal:	Vom ersten Tag an sind wir fokussiert auf das, was wir am besten können: Vakuumverpackungen. Wir schaffen passgenaue Verpackungskonzepte so individuell wie unsere Kunden. Familiengeführte Maschinenbaukunst seit 1958
Kunden:	Handwerksbetriebe, Mittelständler und Industrieerzener
Branche:	Anlagen und Maschinenbau

Flexibel und wirtschaftlich clippen.

Als Metzger und Hersteller von feinen handwerklichen Wurstwaren benötigen Sie die richtigen Werkzeuge. Eines dieser Werkzeuge ist ein solider und zuverlässiger Clipper.

Je nach Produktionsvolumen, stehen Ihnen bei JBT Tipper Tie verschiedene Optionen zur Verfügung. Für einen Hersteller kleinerer Mengen, insbesondere für diejenigen, die hochwertige Fleisch- und Wurstwaren und verschiedene Spezialitäten herstellen, ist eine Tischclipper ein ideales Arbeitsgerät für das tägliche Geschäft. Es gibt jedoch eine Vielzahl von Tischclippern, und es gilt die richtige

Maschine für Ihre Anwendungen auszuwählen. Alle JBT Tipper Tie Tischclipper bieten einen sicheren und zuverlässigen Verschluss. Die mit Luftdruck betriebenen Clipper sind sehr kosteneffektiv und einfach in der Bedienung. Hergestellt

aus Edelstahl und anderen nicht reaktiven Materialien erfüllen sie die höchsten Standards für Hygiene und Sicherheit, die glatten Oberflächen sind ideal für eine einfache und vollständige Reinigung.

ECONO Tischclipper

JBT Tipper Tie bietet sowohl Einzel- als auch Doppelclipper an. Werfen wir zunächst einen Blick auf einige der Einzel-Clipper-Modelle und die Anwendungen, für die sie entwickelt wurden: Die Clipper der TCV-Familie sind Allzweck-Clipper, die sich ideal für eine Vielzahl von Anwendungen eignen, wie z.B. Fleisch, Wurst, Geflügel, halbflüssige Produkte und sogar Non-Food-Artikel. Sie können je nach Anwendung vertikal oder horizontal montiert werden und bieten einen sicheren und dauerhaften Verschluss. Dank ihres vielseitigen Designs können sie selbst empfindlichste Därme, feste oder elastische Netzschläuche und sogar Vakuumbbeutel verschließen.

Für druckverpackte Produkte ist der PTNV-Clipper die richtige Wahl. Er eignet sich zum Pressen und Verschließen von Fleisch in vorkonfektionierte Darmabschnitte und ist ideal für Produkte wie Roll- und Kochschinken, Speck, Puten- oder Hühnerfleisch. Seine pneumatische Spannvorrichtung gewährleistet einen gleichbleibend hohen Druck und einen festen Sitz für ein ausgezeichnetes Erscheinungsbild des Endprodukts.

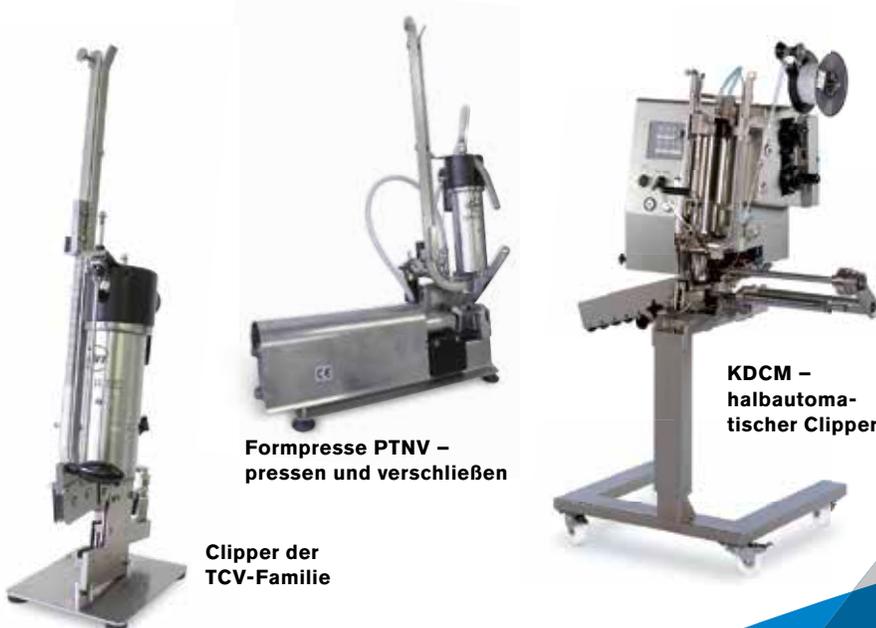
Doppelclipper sind ideal bei höherem Durchsatz, da sie hier besonders effizient und wirtschaftlich eingesetzt werden können. Zudem bieten sie die Möglichkeit Schlaufen an vernetzten Produkten anzubringen.

Für Hersteller mit noch größerem Volumen und einer stark standardisierten Produktpalette bietet ein halbautomatischer Clipper wie das DCM- oder KDCM-Modell eine erhöhte Produktivität und Flexibilität. Diese können an jeden branchenüblichen Füller angeschlossen werden. Mit einem Kaliberbereich von 25-120 mm bieten sie



große Flexibilität bei der Herstellung einer breiten Palette von Produkten. Sie sind mit einer Vielzahl von Optionen ausgestattet, einschließlich einer Etikettenzuführung mit Drucker, Schlaufenzuführungen, Schnurspendern und Optionen zur Herstellung von Ringwurst.

Viele der JBT Tipper Tie-Produkte werden direkt in Deutschland gefertigt, die Experten helfen kompetent bei der Entscheidung, welches Modell im Einzelfall das richtige ist. So können sie sicher sein, für jede Anwendung den richtigen Clipper zu erhalten.



**Formpresse PTNV –
pressen und verschließen**

**Clipper der
TCV-Familie**

**KDCM –
halbautomatischer
Clipper**



TIPPER TIE TECHNOPACK GMBH
Wilhelm-Bergner-Strasse 9a · 21509 Glinde/Germany

www.tipper-tie.com
Phone +49 40 72 77 04-0

We're with you, right down the line.™



Saubere Berufskleidung – beim Hygienekonzept in lebensmittelverarbeitenden Betrieben ein wichtiger Punkt. Ebenso bei amtlichen Kontrollen. Worauf Betriebsinhaber bei der Berufskleidung achten sollten? Erfahrungen und Tipps.

HACCP-konforme Berufskleidung sehen Experten als wichtigen Bestandteil erfolgreicher Hygienekonzepte. Ebenso wichtig wie die Anschaffung und das Tragen ist der regelmäßige Wechsel dieser Hygienekleidung. Und die Frage: Wer übernimmt die hygienegerechte Aufbereitung von Kitteln, Jacken und Hosen? Denn: Blutspritzer aus der Fleischverarbeitung haben nichts im heimischen Wäschekorb zu suchen. Umgekehrt muss Hygienekleidung auch nicht unbedingt mit der verschmutzten, privaten Wäsche in Berührung kommen. „Eine berufsspezifische, hygienische Arbeitskleidung ist elementar für eine gute Basishygiene“, erklärt Martin Maue, 1. Vorsitzender des Landesverbandes der Lebensmittelkontrolleure



in Bremen. Seine Erfahrung bei Kontrollen: „In Betrieben ohne ausreichende Fachkenntnisse wird Berufskleidung oft vernachlässigt. Diese wird dann häufig durch private Kleidung oder ungeeignete Kleidung ersetzt.“ Hier machte der Lebensmittelkontrolleur die Erfahrung, dass die Anzahl der Betriebe ohne solche Fachkenntnisse in den vergangenen Jahren zunahm. Marco Helbing vom Landratsamt Rosenheim, der die ganze Bandbreite von lebensmittelherstellenden, -verarbeitenden und -vertriebenden Betrieben kontrolliert, sieht ebenso einige „schwarze Schafe“. Aber auch das verstärkte Bemühen insbesondere kleinerer Unternehmen. Und er findet: „Die Vorschriften für das Tragen von Hygienekleidung waren früher sogar restriktiver, die Vorlagen höher. Durch die EU-Hygieneverordnung hat sich das verändert – das Ermessen bleibt den Betrieben nun selbst überlassen.“ Umso wichtiger sind umfassende Informationen und gute Beratung, wenn es um den Einsatz und die Pflege der Arbeitskleidung geht.

Aufklärungsbedarf sieht daher auch Thomas Echelmeyer vom textilen Mietdienstleister, der DBL – Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH, der seine Kunden aus der Lebensmittelbranche berät: „Die Anschaffung der HACCP-konformen Kleidung ist nur ein Aspekt des Hygienekonzeptes. Auch die hygienische Wäsche muss dauerhaft sichergestellt sein.“ Hygiene werde nur durch ein routiniertes Zusammenspiel von fachgerechtem Einsammeln der getragenen Kleidung, Abholung, hygienischer Aufbereitung und Anlieferung gewährleistet. „Dazu gehört auch, dass für alle Mitarbeiter stets ausreichend saubere Garnituren zum Wechsel bereitliegen“, betont er.

VORBILDER UND EMPFEHLUNG

So wollen auch Lebensmittelkontrolleure mit gutem Beispiel voran gehen. „Wir haben eine Vorbildfunktion. Ein respektvolles Auftreten in sauberer Berufskleidung, hier HACCP-Hygienekleidung, gegenüber dem Betreiber des zu kontrollierenden Betriebes sollte selbstverständlich sein“, erklärt Marco Helbing. „Auch die Einheitlichkeit unserer Kleidung spielt eine entscheidende Rolle – wir sind ja oft zu zweit oder dritt bei Kontrollen vor Ort.“ Deshalb haben er und seine Kollegen vom Landratsamt Rosenheim sich für DBL entschieden. „Das minimiert den Organisationsaufwand und gewährleistet die Hygiene“, sagt er. Auch der Landesverband der Lebensmittelkontrolleure in Bremen lässt sich von DBL ausstatten. „Diese Dienstleistung kann ich empfehlen“, sagt Martin Maue.

Für diese Dienstleistung trägt die DBL das Siegel „Empfohlen vom Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands e.V.“ und ist langjähriger Kooperationspartner. Gibt es in Corona-Zeiten Änderungen? „Hygiene stand schon vor der Pandemie bei uns im Mittelpunkt. Im DBL-Mietservice gewährleisten alle regionalen Partner die geforderten Hygienestandards – wir waschen nach validierten und protokollierten Verfahren“, betont Thomas Echelmeyer. „Im DBL-Mietservice gewährleisten alle regionalen Partner die geforderten Hygienestandards – wir waschen nach validierten und protokollierten Verfahren (DIN EN 14065).“ www.dbl.de

Frisches oder gefrorenes Fleisch?
Sie haben die Wahl.

Seydelmann Universalwölfe für Frischfleisch und gefrorene Fleischblöcke



Universalwolf AU 200 U
mit integrierter hydraulischer Beladevorrichtung



Maschinenfabrik Seydelmann KG

info@seydelmann.com Tel. +49 (0)711 / 49 00 90-0
www.seydelmann.com Fax +49 (0)711 / 49 00 90-90
Hölderlinstraße 9 | 70174 Stuttgart | Germany

**Kutter
Mischer
Wölfe
Feinstzerkleinerer
Produktionslinien**



Seydelmann Universalwölfe

für Frischfleisch
und gefrorene
Fleischblöcke



Universalwolf AW 300 U
mit Beladevorrichtung für 800 l-Behälter

Die Vorteile der Seydelmann Universalwölfe auf einen Blick:

- Flexibilität bei schwankenden Fleischpreisen
- Getrennte oder gleichzeitige Verarbeitung von frischem Fleisch und gefrorenen Fleischblöcken bis zu -25 °C
- Intelligente Drucksteuerung und -einstellung im Schneidsatz
- Gleicher Schneidsatz für frisches und gefrorenes Fleisch
- Hoher Durchsatz bei bestmöglichem Schnittbild
- Arbeitsschnecke mit sechs Geschwindigkeiten und Zubringerschnecke mit vier Geschwindigkeiten, beide frequenzgesteuert und stufenlos
- Keine Stromspitzen
- Robuste Konstruktion, polierte Oberflächen, eingebettete Abdeckungen

Maschinenfabrik Seydelmann KG

info@seydelmann.com Tel. +49 (0)711 / 49 00 90-0
www.seydelmann.com Fax +49 (0)711 / 49 00 90-90
Hölderlinstraße 9 | 70174 Stuttgart | Germany

**Kutter
Mischer
Wölfe
Feinstzerkleinerer
Produktionslinien**



NOCH EINEN KAFFEE, BITTE!

Kaffeevollautomaten bieten margenstarke Umsätze. Auch viele Fleischereien sind bereits auf den Geschmack gekommen und bieten tagsüber eine heiße Tasse Kaffee und andere Kaffeespezialitäten an – bei wachsender Nachfrage. So auch die Metzgerei Weber in Niedermohr in der Pfalz.

Jens Gutheil, Inhaber der Metzgerei, schätzt das Kaffeegeschäft: „Es ist eine gute Chance, sich von der Konkurrenz abzuheben und den Kunden eine Zusatzleistung anzubieten.“ Die vor 65 Jahren gegründete Metzgerei mit angegliedertem Bistro-Bereich liegt verkehrstechnisch günstig an der Hauptstraße des 1.500-Seelen-Ortes Niedermohr im Landkreis Kaiserslautern und lockt viele Kunden an. „Morgens kommen Handwerker und holen sich ein Leberkäse-Brötchen und einen Kaffee dazu. Dann folgen die ersten Hausfrauen, die sich nach dem Einkauf noch einen Cappuccino im Bistro gönnen. In der stressigen Frühstückszeit ist es wichtig, dass es schnell und einfach geht“, erklärt er.

Als vor zwei Jahren die alte Kaffeemaschine den steigenden Absatz von bis zu 100 Tassen pro Tag nicht mehr bewältigen konnte, entschied er sich für die Miete eines Vollautomaten von Kaffee Partner. Das Unternehmen stattet seit fast 50 Jahren über 70.000 Büros, Bäckereien und Fleischereien, die gehobene Gastronomie und Hotellerie in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Kaffeevollautomaten und Wasserspendern aus. Das neue Gerät in der Metzgerei Weber bereitet auf Knopfdruck in kurzer Zeit verschiedenste Kaffee- oder Kakaospezialitäten aus frisch gemahlene Bohnen zu. „Der Vollautomat erleichtert mir den Arbeitsalltag, einfacher geht nicht“, lobt Jens Gutheil. Er beschäftigt sieben Voll- und drei Teilzeit-



kräfte, wodurch eine selbsterklärende Menüführung und schnelle Handhabung des Gerätes entscheidend ist. Durch den übersichtlichen Touchscreen mit passenden Getränkefotos ist die Auswahl der Kaffeespezialitäten einfach. Der Vollautomat ist direkt an die Wasserleitung angeschlossen und der Restwasserablauf mit dem Abwasserrohr verbunden. So muss sich im hektischen Tagesgeschäft

niemand um das Auffüllen des Wassertanks oder das Entleeren des Überlaufbehälters kümmern.

PULVER STATT FRISCHMILCH

Als Basis für stabilen, feinporigen Milchschaum auf Cappuccino & Co. kommen sowohl Frischmilch als auch geschmacklich gleichwertiges Toppingpulver, d. h. Milchpulver in Frage. Durch den Trocknungsprozess verliert das Pulver zwar einen Teil seiner Vitamine und Nährstoffe, Topping ist aber deutlich länger haltbar, platzsparend zu lagern und sehr hygienisch, da es kaum Rückstände in der Maschine hinterlässt. Diese Vorteile bestätigt auch Jens Gutheil: „Das Aufschäumen der Frischmilch wäre für uns viel zu kompliziert. Das Topping ist eine saubere

Lösung, die Maschine einfach zu reinigen und der Geschmack des Milchschaums sehr gut.“

Um seinen Aufwand beim Kaffee-Verkauf zu minimieren, schloss er neben der Miete des Vollautomaten eine Servicevereinbarung mit Kaffee Partner ab: „Ich muss mich so um nichts kümmern: Kaffeebohnen, Topping und Kakao werden automatisch geliefert. Halbjährlich kommt ein Servicetechniker zur Wartung vorbei. Wenn ich etwas außer der Reihe brauche, kümmert sich jemand bei der Hotline darum.“
www.metzger-weber.de,
www.kaffee-partner.de





Unfälle an Bandsägen sind Spitzenreiter unter den Maschinenunfällen in der Fleischwirtschaft. Obwohl die Gefahren beim Arbeiten damit bekannt sind, schwindet der Respekt. Eine kurze Unachtsamkeit kann zu schweren, oft irreversible Verletzungen führen.

ACHTUNG AN DER SÄGE

Ein Mitarbeiter geriet in einem Fachzentrum für Fleischwirtschaft an der Bandsäge mit dem Zeigefinger der linken Hand, die das Fleisch führte, ins Sägeblatt. Die Folge dieses kurzen Moments der Unachtsamkeit ist dauerhaft: Teile des linken Zeigefingers wurden abgetrennt. Der teilweise amputierte Finger schränkt nun dauerhaft die Arbeitsfähigkeit des Unfallopfers ein. Der Betroffene selbst räumte ein, dass er einen Moment unachtsam gewesen war.

Die BGN ging den Ursachen dieses schweren Unfalls genauer auf den Grund. Auch wenn das Verhalten des Mitarbeiters der augenscheinliche Auslöser ist, galt es, die weiteren Umstände zu klären. Die Erfahrung aus vielen Jahrzehnten der Unfallanalyse zeigt, dass immer mehrere Ursachen zu einem solchen Ereignis führen. Das Ziel der Präventionsfachleute: derartige Unfälle in Zukunft vermeiden. Vor Ort konnten sich die BGN-Experten davon überzeugen, dass grundlegende Maßnahmen des Arbeitsschutzes wie Gefährdungsbeur-

teilung, ausreichende Qualifizierung und Arbeitsschutzunterweisung des Mitarbeiters sowie die Instandhaltung der Bandsäge in dem Fachzentrum berücksichtigt werden. Einer der

wichtigsten Punkte für sicheres Arbeiten an Bandsägen ist die Auswahl der Beschäftigten. Hier hatte der Unternehmer vorbildlich gehandelt und einen ausgebildeten und unterwiese-



Unterweisung schärft die Sinne

Einmal unterwiesen, immer Bescheid wissen – so einfach ist das nicht. Um Gewohnheiten zu reflektieren und einem mit der Zeit schwindenden Gefährdungsbewusstsein gegenzusteuern, müssen Bandsägen-Bediener regelmäßig unterwiesen werden. Über Gefahren und Fehler sprechen ist eine wichtige Methode, um Unfälle zu verhindern. Für ein solches Gespräch stellt die BGN Betrieben das Unterweisungs-Kurzgespräch „Stationäre Bandsägen“ zur Verfügung. Gesprächsanlässe bieten Comic-Zeichnungen, die ohne Worte auskommen. Die Mitarbeiter sind aufgefordert, selbst zu beschreiben, was zu beachten ist, wo es Gefahren gibt und wie sie damit umgehen müssen. Themen des Kurzgesprächs sind Schutzeinrichtungen, das richtige Arbeiten an der Bandsäge, die Reinigung und Rüstung sowie gefährliche Arbeitssituationen. „Stationäre Bandsägen“ per E-Mail anfordern unter medienbestellung@bgn.de oder via Download unter www.bgn.de

nen Facharbeiter mit zehnjähriger Betriebserfahrung ausgewählt. Die Unterweisungen waren dokumentiert. Bei der Untersuchung des Unfalls im Betrieb fiel der Aufsichtsperson der BGN aber auf, dass der gewählte Standplatz der Bandsäge für ein konzentriertes Arbeiten nicht gut gewählt war. Direkt an einem innerbetrieblichen Verkehrsweg gelegen, liefen dort ständig Personen vorbei – und sorgten für Ablenkung.

DIE KONSEQUENZEN

Die Aufsichtsperson der BGN empfahl dem Betrieb drei Maßnahmen, um künftig Unfälle an Bandsägen zu vermeiden. Sie wurden umgehend umgesetzt:

1. Der Arbeitsplatz wurde verlegt. Am neuen, ruhiger gelegenen Standort gibt es weniger Ablenkung.
2. Alle Beschäftigten, die an Bandsägen im Einsatz sind, erhielten eine zusätzliche Arbeitsschutzunterweisung, bei der Ablauf und Folgen des Unfalls erklärt wurden – und welche Schutzmaßnahmen zu treffen sind.
3. Die Gefährdungsbeurteilung für diese Tätigkeit wurde um das Unfallereignis aktualisiert.

Damit setzen die aus dem Unfall abgeleiteten Schutzmaßnahmen auf zwei Ebenen an. Zum einen bei der sogenannten Verhältnisprävention, bei der es um eine sichere Gestaltung des Arbeitsplatzes geht: Indem die Säge an einem ruhigeren Ort platziert wurde, sinkt die Gefahr der Ablenkung. Zum anderen rücken die Unterweisung und die Berücksichtigung des Vorgangs in der Gefährdungsbeurteilung den Beteiligten ins Bewusstsein, wie groß die Gefährdung beim Arbeiten mit Bandsägen ist.

Foto: BGN

Sicher schneiden

Werkzeugauswahl, -zustand und -handhabung tragen beim Umgang mit Messern zum sicheren Arbeiten bei. Mit einem ungeeigneten oder stumpfen Messer zu hantieren ist nicht nur mühsam, sondern auch gefährlich. Richtige Auswahl und gute Pflege erleichtern die Arbeit und bewahren vor Schnitt- und Stichverletzungen. An erster Stelle stehen Reinigung und Pflege. Spülmaschinen sind die Feinde scharfer Messer. Ebenso wie Schubladen ohne



entsprechenden Einsatz, in denen Messer herumliegen. Nicht weniger wichtig sind die richtige Lagerung und der sichere Transport während der Arbeit mit den scharfen Schneidewerkzeugen. Am Arbeitsplatz liegt das Messer nicht einfach auf den Tisch herum. Nach Arbeitsende kommt es in einen Messerkorb oder eine Messerhalterung. Weitere Infos dazu gibt es online: Suche = akzente & report auf www.bgn.de.

Your Partner in Food Cutting

holac





GEMEINSAM BRINGEN WIR
IHRE PRODUKTE IN FORM ...

... egal ob Würfel, Raspel, Plättchen,
Scheiben oder auch Sonderformen.

- › Höchste Präzision
- › Langlebig
- › Individualisierbar
- › Industrie 4.0 ready!



holac Maschinenbau GmbH
Am Rotbühl 5
89564 Nattheim
Fon +49 7321 / 9645-0
E-Mail info@holac.de

www.holac.de

in
X
t
b
f



SCHÄRFEN, SCHLEIFEN, WETZEN

Auch das beste Messer kann durch Abnutzung, falsche Schneidunterlagen und mangelnde Pflege mit der Zeit an Schärfe verlieren. Das muss aber nicht sein.

Scharfe Messer sind sicherer, da beim Schneiden weniger Kraft aufgewendet werden muss. Dazu Matthias Pönipp, Senior-Produktmanager Messer bei Zwilling: „Ob mit Schleifstein, Wetzstahl oder mechanischem Messerschärfer – grundsätzlich muss das Schleifmittel härter sein als das Messer, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen.“

■ **Schleifstein:** Je nach Körnung des Schleifsteins kann dem Messer ein neuer Schliff verpasst oder lediglich die Wate (die Schneide) leicht nachgebessert werden. In beiden Fällen wird das Messer in einem 15°-Winkel mit gleichmäßigem Druck über einen mit Wasser befeuchteten Schleifstein bewegt. Um den richtigen Winkel zu treffen, können zwei übereinandergelegte 1-Euro-Stücke, an denen man die Klinge vorbeiführt, als Orientierung dienen. An der Messerspitze angefangen, arbeitet man sich in drei Schritten über das Mittelstück zum Klingenende vor. Matthias Pönipp erklärt: „Für ein optimales Ergebnis wird die Wate des Messers zunächst mit einem groben Stein in Form gebracht und danach mit einem feineren nachgearbeitet.“

■ **Wetzstahl:** Bei einem verchromten, geriffelten Wetzstahl ist die Materialabtragung des Messers relativ gering, so dass die verformte Wate damit optimal korrigiert werden kann. „Richtig angewendet wird der Wetzstahl, indem man die Spitze auf eine ebene Fläche stellt und die Messerklinge in einem 15°-Win-

kel in einem leichten Bogen mit mäßigem Druck nach unten zieht. Dabei ist es wichtig, dass die ganze Schneide vom Griffansatz bis zur Messerspitze am Wetzstahl entlanggeführt und der Winkel beibehalten wird. Die Geschwindigkeit der Bewegung spielt keine Rolle“, sagt Matthias Pönipp. Für den richtigen Winkel dient das Griffende als Orientierung.

■ **Messerschärfer:** Für alle, die sich das Messerschärfen leicht machen wollen, bietet sich ein mechanischer Messerschärfer an, durch den

die Klinge gleichmäßig durchgezogen wird. Der Schärfungsgrad ist vorgegeben. Wichtig: Ein Wellenschliffmesser sollte vom Fachmann bearbeitet werden, der dafür auf eine speziell geformte Schleifvorrichtung zurückgreift. Der Messerschärfer V-Edge enthält zusätzlich zu den Schleifeinsätzen für Messer mit europäischer Klingengeform entsprechende Einsätze für asiatische Klengen. Die Schleifeinsätze sind in verschiedenen Körnungen verfügbar. Die Schleifeinsätze lassen sich sicher im Gehäuse des Messerschärfers verstauen. www.zwilling.com

Schneidetechnik vom Experten

Seit über 60 Jahren begeistert holac Maschinenbau weltweit Kunden aus Industrie und Handwerk mit Lösungen für das maschinelle Schneiden von Fleisch und Fleischerzeugnissen, Käse, Fisch und Gemüse sowie aktuell auch für vegetarische/vegane Lebensmittel. Begonnen hat bei dem Unternehmen aus Nattheim alles mit einer Gulaschschneidemaschine für das Handwerk.

Heute punkten die Maschinen unter anderem mit Flexibilität, um das Handwerk fit für den industriellen Wettbewerb zu machen, veränderten Kundenbedürfnissen nachzukommen sowie die Digitalisierung zu unterstützen. So können Metzgereien mit den Speckschneidern auch viele andere Produkte verarbeiten, die oft noch von Hand geschnitten werden: neben Speckwürfeln, Geschnietztem & Co. auch Wurstsalat (extra fein), Ochsenmaulsalat oder Rouladen. Bei der Entwicklung der Maschinen steht stets die Kundenanforderung im Fokus. Damit eine Maschine perfekt zu den Produkten passt, werden individuelle Wünsche realisiert – mit den gleichen Qualitätsmaßstäben, die an jedes Serienmodell angelegt werden. Die Würfel-, Streifen- und Scheibenschneider zeigen nicht nur im Handwerk ihre Stärken, sondern auch in Fertigungslinien. Gefragt sind auch die Käseschneider, die Käse in die gewünschte Form bringen – egal ob kleine oder große Würfel, Stifte, Plättchen oder Raspeln. www.holac.de



Fotos: Zwilling, holac Maschinenbau

GUT GESCHÜRZT, GUT GESCHÜTZT

Eine BGN-Checkliste zur Unterweisung im Umgang mit Stech- und Schnittschutz hilft dabei, Verletzungen zu vermeiden.



Stechschutzbekleidung kann ihren Zweck nur erfüllen, wenn sie richtig benutzt wird. Gerade beim Anlegen von Stechschutzschürzen lauern Risiken – mit fatalen Folgen. Man kann etwa Stechschutzschürzen aus Plättchengewebe verkehrt herum anziehen. Das kommt immer wieder vor. Denn: Ist die Innenseite außen, gleitet das Messer

nicht an der Stechschutzschürze ab, sondern wird zwischen den Plättchen zum Körper hingeführt – dorthin, wo niemand die Klinge haben möchte. Damit solche Fehler nicht passieren und der Arbeitsschutz gewährleistet ist, müssen Unternehmer oder Vorgesetzte den Beschäftigten unmissverständlich erklären, wie man die Stechschutz-PSA korrekt nutzt. Dabei hilft eine BGN-Checkliste zum Umgang mit Stech- und Schnittschutz. Damit lassen sich die wesentlichen Punkte zum Schutz vor Schnitt- und Stichverletzungen abarbeiten und die durchgeführten Unterweisungen dokumentieren. Erhältlich ist die Arbeitshilfe hier: www.bgn.de.

Sicherheit beim Sägen

Seit über 50 Jahren sorgen Bandsägen von Mado für den richtigen Schnitt und lassen sich optimal an das Produkt anpassen. Mit einem Schnittdurchlass von 230 bis 500 mm umfasst das Sortiment für jede Anwendung die richtige Durchlasshöhe. Das eigens entwickelte FPS System (Finger-Protection-System) sorgt laut Unternehmen für die optimale Sicherheit des Bedieners. Löst der integrierte optische Sensor der Säge aus, wird die Bandsäge binnen Millisekunden durch das Sicherheitssystem gestoppt. Im Anschluss kann die Maschine wie gewohnt gestartet werden. Eine Erneuerung des Sägebandes ist auch nach mehrmaligem Auslösen der Sicherheitsfunktion nicht nötig. Das FPS System ist für die Bandsägen MKB 751 bis 754 erhältlich. Die Edelstahlkonstruktion der Maschine, inkl. der Laufräder, erlaubt eine leichte und hygienische Reinigung. Hochwertige Rohmaterialien und modernste Fertigungstechnik gewährleisten eine gleichbleibend hohe Qualität. www.mado.de



Masahiro für Meister

Sechs exklusive Schneidwerkzeuge der Manufaktur Masahiro aus Seki in Japan führt Chroma Deutschland im Profolio. Diese sind fast unzerbrechlich und bleiben bei richtiger Pflege dauerhaft scharf.

Der aus 0,9 % Kohlenstoff bestehende Stahl wird auf -70°C im Eisbad herunterkühlt und kryogen gehärtet. Das Ergebnis: eine Klingenhärte zwischen 58 und 60° HRC (Hardness Rockwell Cone, Maßeinheit für Härte technischer Werkstoffe). Daher muss die Klinge seltener nachgeschärft werden. Die Serie umfasst Schälmesser, Universalmesser,

Ausbeiner, Santoku, Kochmesser und Sashimimeser. Die Griffe bestehen aus antibakteriellem, wasser- und hitzebeständigem POM-Kunststoff und sind lebensmittelecht nach HACCP. Muss nachgeschliffen werden, empfiehlt sich ein Kasumi-Schleifstein. Gereinigt werden die Messer mit warmem Wasser. Schneidunterlagen aus Holz oder Kunststoff vermeiden Unebenheiten in den Klingen. www.chroma-messer.de

Fotos: Colourbox.de, Mado, Chroma Deutschland

DICK
Traditionsmarke der Profis



FÜR DEN HARTEN ALLTAG
Mit F. DICK professionell nachschärfen

QUALITY
MADE IN GERMANY
SINCE 1928

www.dick.de

Messer . Werkzeuge . Wetzstähle . Schleifmaschinen



Als Partner
verpacken Schur
Flexibles und Feneberg
Hackfleisch recyclingfähig und
sparen mit einem neuen Konzept jährlich
zusätzlich 36 Tonnen Kunststoff ein.

EXZELLENT RECYCLINGFÄHIG

Die Feneberg Lebensmittel GmbH beweist, was möglich ist, wenn man bestehende Konzepte hinterfragt und neue Wege beschreitet. Das Familienunternehmen aus dem Allgäu verpackt seine SB-Hackfleischprodukte mit der komplett recyclingfähigen Schlauchbeutelolie MonoFlow(re) von Schur Flexibles. Dank der Umstellung von Tray auf Schlauchbeutel sparen beide Unternehmen 70 % Kunststoff ein. Die als „exzellente recyclingfähig“ eingestufte MonoFlow(re) PXC ist eines der Erfolgsprodukte, die im Rahmen der Schur Flexibles Rethink-Initiative entwickelt wurden. Gemeinsam mit Kunden überdenkt der Verpackungshersteller bestehende Lösungen und ersetzt sie durch nachhaltige, ganzheitliche Verpackungskonzepte.

Die transparente PP-Schlauchbeutelolie mit Hochbarriere eignet sich neben Frischfleisch auch für Käse oder frische Teigwaren. Die Endverpackungen sind Leichtgewichte und enthalten weniger Kunststoff als üblich. Das optimiert zusätzlich den Energieverbrauch und Platzbedarf bei Herstellung, Lagerung und Transport. Verschiedene starke Sauerstoff- und Wasserdampfbarrieren sind möglich. Zugleich lässt sie die Folie mit ihrem großen Siegfenster effizient und zuverlässig auf bestehenden Schlauchbeutelanlagen verarbeiten. Veredelt im Flexo-, Tief- oder Digitaldruck, sorgt sie für einen aufmerksamkeitsstarken Auftritt am Point of Sale.

KEINE KOMPROMISSE

Das in der Metzgerei von Feneberg verarbeitete Fleisch stammt von Vertragslandwirten

aus der Region. Die hauseigene Bio-Marke „VonHier“ garantiert sowohl Erzeugung als auch Verarbeitung und Verkauf der Lebensmittel innerhalb eines 100-km-Radius um die Firmenzentrale in Kempten. Auf eine ressourcenschonende Verpackung zu setzen, lag also nahe.

Weniger Kunststoff und bessere Recyclingfähigkeit waren die Vorgaben – bei mindestens gleichbleibender Qualität in Bezug auf Schutz, Frische, Mindesthaltbarkeit und Transportfähigkeit. „Frisches Hackfleisch stellt besondere Ansprüche an die Verpackung. Es versteht sich für uns von selbst, dass dafür eine besondere, flexible Verpackung nötig ist, die in puncto Produktschutz keine Kompromisse eingeht“, betont Max Wolfmaier, Manager Sustainability bei Schur Flexibles die Leistungsfähigkeit der eingesetzten Folie. Dass die Ansprüche auf ganzer Linie erfüllt wurden, lag nicht nur



an der Rethink-Initiative, sondern auch an der engen Kooperation zwischen Auftraggeber Feneberg, Verpackungshersteller Schur Flexibles sowie dem Maschinenlieferanten Ulma Packaging.

100 STATT SIEBEN

Mit der Entscheidung für diese Folie leistet nun auch die Verpackung einen maßgeblichen Anteil zur Ressourcenschonung. Mit der neuen Lösung wurde auch das Transportvolumen für Verpackungsmaterial durch die Anlieferung weniger Folienrollen statt mehrerer Paletten Trays reduziert. Christian Gareiß, Leitung Produktionstechnik Feneberg, erklärt: „Durch die Umstellung der Hackfleischartikel auf den Schlauchbeutel bringen wir im Jahr 35.700 kg weniger Kunststoff auf den Markt. Diese Menge Kunststoff muss nicht mehr produziert, als Roh- und Fertigware transportiert und vom Verbraucher recycelt werden. Früher wurden mit einer Palette Verpackungsmaterial maximal etwa 5.000 Verkaufspackungen hergestellt. Mit unserer Schlauchbeutelverpackung können wir mit einer Palette bis zu 81.000 Verkaufspackungen herstellen. Haben früher 100 Lkws das Verpackungsmaterial „Schale“ angeliefert, sind für dieselbe Menge produzierter Verkaufspackungen mit der neuen Verpackung maximal sieben Lkws auf der Straße unterwegs.“ Das Verpackungskonzept wird auch von den Kunden gut angenommen. Im nächsten Schritt sollen alle weiteren SB-Fleisch-Verpackungen in dieser Verpackungsform angeboten werden.

www.feneberg.de, www.schurflexibles.com



Vorbild in der Natur

Der ergonomisch geformte Griff der Messer-Serie PrimeLine von Giesser liegt angenehm in der Hand und schont dank seiner Flexibilität Sehnen und Gelenke. Der Übergang vom Griff zur Schneide ist abgewinkelt, was das Nachschärfen der Klinge erleichtert.

Ergonomie, Rutschsicherheit, Hygiene, Schärfe – alles das gibt es auch in der Natur.

Durch verschiedene Klingensformen und -längen, wahlweise flexibler oder starker Klinge sowie kurzer oder langer Griffnase sind diese Messer für alle Arbeitsbereiche einer Fleischerei geeignet. Ausgewogene Proportionen sorgen für eine perfekte Balance von Klinge und Griff und ermöglichen ein ermüdungsfreies Schneiden. Die Klingen werden aus einem Stück Chrom-Molybdän-Stahl gestanzt und in einem Vakuum-Härteverfahren gehärtet. Die Oberflächenstruktur des Griffmantels sorgt auch bei feuchten Händen für einen sicheren Griff. Das Risiko des Abrutschens ist vermindert, was Verletzungen vorbeugt. www.giesser.de

Hygiene-Kreislauf

Der Hygienespezialist Meiko veranschaulicht im „Hygiene Loop“ den Reinigungsprozess von benutzten, zum Teil hochinfektiösen Gegenständen von Anfang bis Ende und beschreibt, was nötig ist, um ein hygienisch sicheres Ergebnis zu gewährleisten. Dabei durchläuft das Reinigungsgut einen kreislaufartigen Prozess von der Annahme bis zur Wiederbereitstellung. Eine Grundlage ist dabei gleich – und zielt darauf ab, Kontaminationen zu vermeiden und Infektionsketten zu unterbrechen: die konsequente Trennung von Rein und Unrein. Der Hygiene Loop zeigt ein mögliches Ablaufschema, unabhängig vom zu reinigenden Gegenstand, aber inklusive Handlungsempfehlungen und baulichen Empfehlungen. Weitere Infos hier: <https://m3o.link/loop>

Wagen und Kisten reinigen

Geräte und Wagen aus der Wurstküche lassen sich mit den Waschanlagen von Kerres Anlagensysteme schnell, hygienisch und effizient reinigen – egal ob E-Kisten, Kutter- oder Rauchwagen, Paletten oder Rauchspieße. 200-l- und 300-l-Wagen säubert die Beschickungswagen-Waschanlage Typ KBW 202. In einem Rotationssystem wird der Wagen ständig am Düsensystem vorbeigeführt und so auch eine hohe Reinigungseffizienz im Bereich der Räder sowie an schlecht zugängigen Stellen ermöglicht. Nach der Reinigung

gibt es kein Restwasser im Wagen, weil es durch die Rotation herausgeschleudert wird. Die kompakte Durchlaufwaschanlage cleanline S eignet sich für leicht bis mittel verschmutzte Kisten. Sie ist in eine Hauptwasch- und eine Nachspülzone eingeteilt. Die Anlage gibt es in zwei Varianten – für 100 oder 200 Kisten/Stunde. www.kerres-group.de



Fotos: Joh. Giesser Messerfabrik, Kerres Anlagensysteme



Assistent Trenn-Fix 2.0 Sie vereinzeln Würstchen? Dann brauchen Sie ihn!

Alte Modelle können auf den neuen Hygiene- und Sicherheitsstandard umgerüstet werden.

Informieren Sie sich:
Tel. 07022/ 97 92 90
info@heinrichgmbh.de
www.heinrichgmbh.de

Heinrich GmbH
Maschinen für die Fleischwarenindustrie



IMMER DAS OPTIMALE VON ANFANG AN



Vakuum-Einstiegsmodell mit großem Funktionsumfang

Perfekt geeignet für handwerkliche und kleiner Produktionsstätten

Verbrauchsoptimierte elektronische Antriebe für energieeffizienten Einsatz

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



AUS SPACE WURDE **SPICE**

Eine eigene Gewürzmarke die Endkunden magisch anzieht, das war die Grundidee von Meike und Max Beck. Eine Marke, die ein weiterer Grund ist, genau dort einzukaufen, wo es sie gibt – beim Metzger.

Ein Produkt, welches das Lebensgefühl, die Identität und die Werte künftiger Kunden zum Ausdruck bringt. Anspruchsvolle Metzger, Fleischdesigner und Genussbotschafter sollen damit ihre Philosophie noch eindrucksvoller und einprägsamer zum Ausdruck bringen. Zu vielen von ihnen haben Meike und Max Beck lange eine enge Verbind-

ung. Daraus entstand die Idee. Darum war die Arbeit mit diesen Partnern ein großes Anliegen beider, als sie sich zur Entwicklung der neuen Marke an die Agentur Böhm.media in Lauf a. d. Pegnitz wendeten. Auch dort ist man auf der Mission, Metzger auf die große Bühne zu bringen – zu „Rockstars“ zu machen.



Mit kreativen Ideen und neuer Marke auf eigenen Wegen: Max und Meike Beck.

Aufbruch in neue Dimensionen: „The focus goes where the energy flows“: Daher: Internet und Smartphone aus, Herz und Kopf an. Meike und Max trafen sich mit dem Agenturteam im Landhotel Weisses Ross bei der Metzgerfamilie Nägerl im idyllischen Illschwang – um ohne

Handynet aber mit reichlich kreativer Kulinarik den Gedanken freien Lauf lassen. Gute Marken entstehen aus Wünschen, Werten und Gefühlen der künftigen Kunden. Doch dabei gilt es authentisch



Fotos: MB Technofood Bayern, Vertriebsgesellschaft/Spice-Invaders

zu bleiben. So wurde alles gesammelt um das Lebensgefühl dieser Kunden zu verstehen. Warum das Ganze? Kaufentscheidungen entstehen aus Gefühlen – werden im Bauch getroffen. Der Verstand ist später der „Regierungssprecher“, der rationale Gründe für die emotionale Entscheidung findet. Wen sprechen wir an? Ein Konzept für alle ist eines für niemanden! Daher: Spitz statt breit, die Kunst liegt im Weglassen.

Eine Idee bekommt einen Namen und wird zur Marke: Entdecker, Abenteurer, Genießer, Kreative. In diesem Bereich der Wertelandskarte bewegen sich die Kunden die mit den neuen Gewürzen kochen werden. Mit jedem Produkt das sie kaufen, geben sie ein Statement, ein Lebensgefühl ab – ob Auto, Kleidung, Smartphone und eben Lebensmittel. Um sie zu erreichen, braucht es frische Ideen, etwas völlig Neues, Unkonventionelles. So war klar: Die neue Gewürzmarke wird polarisieren und herausstechen. Frechheit und Mut siegen und bringen Bewegung in die Branche. Das bringt Menschen zusammen, die gleich ticken. Kreative Kochbegeisterte und Profiköche, experimentierfreudige BBQ-Enthusiasten sowie Liebhaber des Schönen und Feinen.

Es geht um mehr als ein Gewürz. Nämlich darum exakt den Lifestyle dieser Menschen zu treffen. Irgendwann fiel das Wort „Space“, der Weltraum, unendliche Weiten. Aus Space wurde Spice. Die neue Marke dringt ins Establishment ein – als „Eindringling“ (engl. Invader). Das ist es! Spice-Invaders – ein Name, eine Marke, welche die Branche in Zukunft bewegen und prägen soll.

Der Aufbruch – eine Idee bekommt ein Gesicht. Voller Begeisterung machten sich Meike, Max und ihr Team daran die Welt der Gewürze nach dem passenden Geschmack zu erkunden. Die Gewürze sollten vor allem auch universell anwendbar sein. Es entstanden sieben Würzrichtungen. Parallel dazu entwickelten die Kreativen die Welt der Spice-Invaders. Die Rakete ist zentraler Bestandteil des Logos – Symbol für Mut, Entdeckerfreude, Abenteuerlust, Schnelligkeit und Energie. Für jedes der sieben Produkte (7 = magische Zahl) wurde ein Cube als Verpackung entwickelt; für jeden Cube von einer Künstlerin ein Bild gemalt, das Motive aus den Spice-Invaders-Missionen zeigt. Alles zusammen ist eine einzigartige Kombination aus Kunst, Kreativität und praktischem Handling die Lust auf den Inhalt macht. Jedes einzelne ein Kunstwerk.

Marke mit Potenzial: Die Welt ist voller bunter Individuen. Jeder hat sein eigenes Gesicht und erzählt seine Geschichte. Es soll nicht bei sieben Varianten bleiben – viele sollen folgen. Die Kunden machen sich auf eine Reise durch Geschmacksgalaxien. So wie jedes Gericht ein Meisterwerk ist, soll jeder Cube die „Leinwand“ für ein eigenes, charaktergebendes Kunstwerk sein. Darauf dürfen sich auch verschiedene Künstler freuen. Ob Pop-Art oder Graffiti, jeder leistet einen eigenen Beitrag zu den Abenteuern der Spice Invaders. Und: Jeder Koch schreibt daraus seine eigene Geschichte. Ob Pinsel oder Kochlöffel, das Werk am Ende ist stets ein Unikat.

Der Verkauf beginnt – eine Gemeinschaft entsteht. Das kreative Potenzial erkannten rasch die ersten innovativen Metzger. Sie werden

mit den ersten Produkten beliefert und überraschen ihre Kunden. Die Reise bis dahin dauerte rund zwei Jahre. Begleitend entsteht eine Gemeinschaft. Ein Netzwerk aus Kochliebhabern, Hobbygrillern, Genuss-Experten, Bloggern, Influencern und Profiköchen. Sie tragen die Botschaft über die Social Media-Kanäle, Website und persönlich in die Welt. Zudem gibt es die Produkte im Online-Shop.

Fazit für Unternehmer aus der Story:

Meike und Max haben sich getraut, in den Kunden mehr als den Käufer von Produkten zu sehen. Sie hatten Mut sich zu fokussieren, Profil zu zeigen, zu polarisieren. Nur wer Profil zeigt, hinterlässt Spuren denen die Menschen folgen können. So kann man neue Wege gehen. „Sie haben sich von bestehenden, scheinbar unverrückbaren Strukturen gelöst und machen ihr Ding. Dazu gilt es auch mal Risiken einzugehen. Das ist Unternehmertum, dass unser Land braucht“, resümiert Agenturchef Christian Böhm. www.boehm.media



Kontakt: MB Technofood Bayern Vertriebsgesellschaft mbH, Kirschenleite 11-13, 91220 Schnaittach, Tel: (091253) 922 927, hello@spiceinvaders.de, www.spiceinvaders.de



STADT BAMBERG

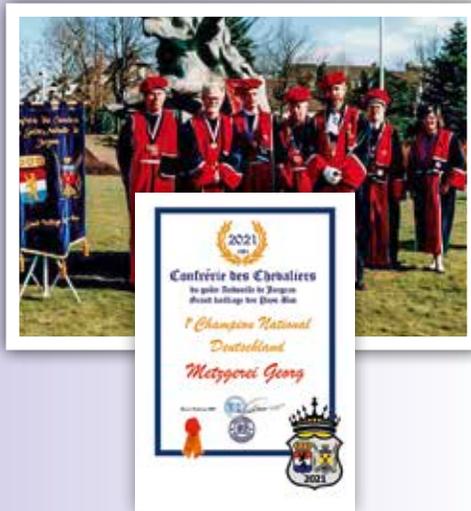
welterbe
bamberg

Die Stadt Bamberg sucht
für das Sachgebiet Veterinärwesen
zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n
Amtliche/n
Fachassistentin/-en (m/w/d)

Wir erwarten von Ihnen eine erfolgreich abgeschlossene Berufsausbildung als Fleischer/in (m/w/d), Metzger/in (m/w/d), Köchin/Koch (m/w/d) oder eine vergleichbare Berufsausbildung in der Lebensmittelbranche sowie die erfolgreich abgeschlossene Qualifizierungsmaßnahme zur/zum amtlichen Fachassistentin/-en (m/w/d) bzw. die Bereitschaft zur Teilnahme an der Qualifizierungsmaßnahme (die Ausbildungskosten übernimmt der Arbeitgeber).

Nähere Informationen erhalten Sie unter
www.stadt.bamberg.de/stellenangebote.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung über das Bewerbungsportal der Stadt Bamberg (www.stadt.bamberg.de/stellenangebote)
bis spätestens 04.04.2021.



WURST-EUROPAMEISTER

Beim alljährlichen und in der Metzgerschaft beliebten internationalen Wettbewerb der Confrérie des Chevaliers du Goûte Andouille de Jargeau durften auch einige deutsche Metzgereien bzw. Fleischereien jubeln. Bewertet werden dabei regional und

Die deutschen Preisträger 2021:

1. Platz: Metzgerei Georg (Enkirch)
2. Platz: Wurstspezialitäten Esser (Erkelenz) + Landmetzgerei Fauser & Gözl (Zell u. Aichelberg)
3. Platz: Die Wurstmanufaktur A. Lütke (Krayenberggemeinde/OT Kieselbach) + Metzgerei Robert Müller (Flieden)

traditionell im Handwerk hergestellte Fleisch- und Wurstspezialitäten in insgesamt neun Kategorien. Aufgrund der Corona-Pandemie war die traditionelle feierliche Preisverleihung in den Niederlanden aber 2021 aber nicht möglich. <https://confrerie.nl/de/>

Fotos: Confrérie des Chevaliers du Goûte Andouille de Jargeau



DIE FLEISCHER APP

Vorbestellen und noch mehr mit der neuen App für Fleischereien.



- + Vorbestellen! + Angebote & Mittagstisch + Push Funktion + Digitale Kundenkarte +
- + Rezepte + inkl. Drucker für Bestelleingänge +

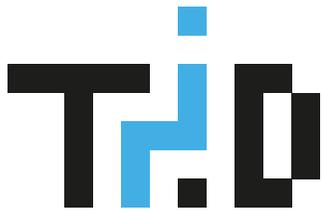
Alle Infos gibt es auf www.diefleischerapp.de



Jetzt bis
31.03.2021
den ersten Monat
kostenlos sichern!

Sie kümmern
sich um Ihre Gäste.
Wir kümmern
uns um den Rest!

Foto: © Drazen - stock.adobe.com



Tisch-Info-Dienst

Ihr DSGVO-konformer Corona-bedingter
Gäste-Registrierungs-Dienst



Scan mich

DSGVO konform

Die Daten Ihrer Gäste sind nach neuestem Standard
Verschlüsselt und absolut sicher auf unserem Server in
Deutschland gespeichert.

Jederzeit monatlich kündbar

Einfache Preismodelle und Vertragsbedingungen.
Monatlich per Kreditkarte bezahlen und ganz einfach
jederzeit monatlich kündigen.

In 5 Minuten startklar

Registrieren Sie sich, laden Sie Ihren individuellen QR-
Code herunter und schon können Sie mit der digitalen
Gästeregistrierung starten!

Wieder Zeit fürs Wesentliche

Kümmern Sie sich um Ihre Gäste, um die Gästeregistrie-
rung kümmern wir uns. **Fast schon wie früher.**

Starten Sie jetzt ganz einfach auf

www.tischinfodienst.de

schon ab 7,- Euro pro Monat!

Jederzeit monatlich kündbar!

Bis 31.03.2021 anmelden und mit
unserem exklusiven Gutscheincode
den ersten Monat kostenlos sichern!

Einfach den
Gutscheincode

M7DWB7SN

eingeben und Rabatt sichern!

Einfach. Sicher. Gemeinsam gegen Corona!



Kräftige Knoblauchnote

Unentbehrlich beim Grillen sind Saucen und Dips. „Sobald die Temperaturen steigen, startet die echte Grillsaison. Ein knisterndes Feuer, glühende Kohlen, ein kühles Bier und in den Gärten riecht es nach gegrillten Würstchen und Steaks“, schwärmt Sabine Müller-Weinhold, Marketing-Managerin der Moguntia Food Group. Neu im Sortiment ist dort der Knobi-Kräuter-Dip. Die würzige Knoblauch-Kräuter-Mischung ist ungekühlt lange haltbar und lässt sich bedarfsgerecht zu einem schmackhaften Dip mit kräftiger Knoblauchnote anrühren. Dieser passt etwa zu Steaks, Folienkartoffeln oder knusprigem Baguette. Die Mischung ist auch eine gute Basis für Aioli, Kräuterbutter oder Guacamole. Viele weitere Rezeptideen halten die Moguntia-Grillexperten bereit. www.moguntia.com

Taschen-Thermometer

Mit dem 100 g leichten Klappthermometer ThermoJack (116 x 38 x 20 mm) präsentiert Dostmann electronic ein transportables Messinstrument für die Temperaturkontrolle an verschiedenen Einsatzorten. Das



ca. 7 cm lange klappbare Fühlerrohr mit Einstechspitze ermöglicht Messungen bei Lebensmitteln, in Flüssigkeiten sowie an unzugänglichen Orten. Mit der robusten Spitze lässt sich überprüfen, ob Ware bei der Produktion ausreichend durchgekühlt ist oder die Kühlkette beim Transport lückenlos funktioniert. Beim Erhitzen von Lebensmitteln wird ermittelt, ob eine bestimmte Mindesttemperatur auch im Kern erreicht wurde. Die kurze Reaktionszeit ermöglicht bei einem Temperatursprung die Anzeige von 90 % der Endtemperatur (t90-Wert) in sechs Sekunden. Das LCD-Display zeigt die Temperatur in gut ablesbaren Ziffern mit einer Auflösung von 0,1°C an. Das Thermometer misst zwischen -20°C und +250°C bei Betriebstemperaturen zwischen 0°C und +50°C. Die Genauigkeit beträgt +/-0,5°C im Messbereich zwischen -20 und 150°C. Als Stromversorgung dient eine 3,0-V-Knopfzelle, die einen Dauerbetrieb bis zu 200 Stunden ermöglicht. www.dostmann-electronic.de



Fleischlose Klassiker

Für den Fall, dass einmal Vegetarier oder Veganer mittags vor der Heißen Theke stehen, hat das Nubassa Gewürzwerk entsprechende Komplettpakete parat. Überzeugen lassen sich diese eventuell mit einem Burger mit Veganen Bratlingen/Hamburger-Patties auf der Basis von Quinoa und Rote-Bete – kreativ belegt. Diese beiden Zutaten sowie Karotten enthält auch das Komplettpaket Vegetarische Lasagne. Damit gelingt der italienische Nudel-Klassiker auch ohne Fleisch. Würzig-scharf hingegen und ein Hit der fleischlosen südamerikanischen Küche ist Chili sin Carne, das sich für den Mittagstisch oder die Zubereitung großer Portionen eignet. www.nubassa.de

Würstchen sicher trennen

Wenn es um das Vereinzeln von Würstchen im Natur- oder Collagendarm geht, bietet sich der Trenn-Fix von Heinrich an, den es in drei Größen gibt. Je nach Produkt und Maschinengröße liegt dessen Leistung bei 600 kg bis 3.000 kg. Ein patentiertes Messer fängt die Würstchen exakt an der Abdrehung auf. Die neu entwickelte Paddelwelle ist so konstruiert, dass die einzelnen Paddel produktbezogen eingesetzt werden können. So ist ein Vereinzeln vom kleinsten Würstchen (Kugel) bis zu Trockenprodukten mit 250 mm möglich. Die Sprüheinheit für Aerosole hemmt die Keimbildung. Es können Kochsalzlösungen, lebensmittelzugelassene Säuren oder Öle eingesprüht werden. Sowohl Ein- als auch Auswurf sowie die Seitenteile sind aufklappbar. Es gibt keine losen Abdeckungen. Selbst der Verschluss der Messerbalken ist offen, damit die Feder und der Verriegelungsbolzen gut gereinigt werden können. Ein in die Steuerung integriertes Reinigungsprogramm erleichtert es hygienische Vorgaben einzuhalten: Einfach die Maschine eingeschäumt und mittels Hochdruckreiniger reinigen. Auch für die Sonderzufuhr zum Trenn-Fix bzw. dem Transport der Würstchen zur Verpackungsmaschine hält das Unternehmen eine Lösung bereit. www.heinrichgmbh.de



Fotos: Moguntia Food Group, Dostmann electronic, Nubassa Gewürzwerk, Heinrich GmbH

www.torrero.de



Torrero

Der LEITHAMMEL unter den Fachportalen

- Tagesaktuelle Firmennachrichten
- umfassende Lieferantenübersicht



leithammel gmbh



9.600 Firmen ... 24.000 Einträge ... 5.100 Stichwörter ... 27.000 Prospektseiten und Produktvideos

Das werbewirksame Geschenk für Ihre Kunden: Der Rezeptkalender 2022



Bestellen Sie
bis 30.06.2021 zum
FRÜHBESTELLERPREIS!
Sie sparen mehr
als **10%!**

Ihr besonderer Kundenservice

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

Mehr Genussmomente im Internet

Mehr Genießer-Ideen und Rezepte finden Ihre Kunden im Internet auf www.carneo-online.de

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

Ja, ich/wir bestelle(n)

hiermit zu den genannten Stück
Preisen & Lieferbedingungen
des Fleischer-Rezeptkalenders 2022.

Kalender-Menge	Frühbestellerpreis/Stück bis 30.06.2021	Normalpreis/Stück ab 01.07.2021
50 bis 499 Stück	0,80 €	0,90 €
ab 500 Stück	0,78 €	0,88 €
ab 1.000 Stück	0,75 €	0,85 €
ab 2.000 Stück	0,72 €	0,82 €
ab 5.000 Stück	0,70 €	0,80 €

Alle Preise zzgl. Versandkosten und MwSt.

Weitere Informationen: www.blmedien.de/fleischerkalender

Firmeneindruck: Zzgl. 26,- Euro für Ihren Firmeneindruck, einfarbig in Schwarz (Eindruckfläche: 17,5 x 5,5 cm). Nur bei Bestelleingang bis zum 15.10.2021 möglich!

Bitte Zutreffendes ankreuzen:

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

Liefertermin:

Lieferung erfolgt in der 47. KW 2021, bei Eingang der Bestellung und der Eindruckdateien bis 15.10.2021.

- Vorgezogener Liefertermin in der 43. KW 2021, bei Eingang von Bestellung und Eindruckdateien bis 03.09.2021.

Firma

Vorname/Name

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon/Fax

E-Mail

Datum/Unterschrift



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

Gruppiert verpacken

Die Universallösung LL335 von Vemag Maschinenbau richtet Würstchen verschiedener Darmarten, Kaliber und Längen aus, gruppiert sie nach gewünschter Anzahl und legt sie geföhrt in ein Verpackungsmedium ab- oder ein. Zunächst werden die Produkte überprüft. Alle nicht sauber vereinzelt oder beschädigten Produkte erkennt die Maschine und sortiert sie aus. Danach werden die Produkte ans Kammerband übergeben. Dieses dient der seitlichen Ausrichtung der Würstchen, vorbereitend für die Gruppierung. Dann durchlaufen die Würstchen die Wendeeinheit, die sie anhand ihrer Krümmung zueinander ausrichtet. Das Dreiecksband formiert sie dann der vorgegebenen Anzahl nach ohne Aufstauen in der Bewegung zur Gruppe. Nun werden die Produkte dem Ablagemechanismus („Flügelrad“) zugeführt. Durch eine 90°-Drehbewegung gelangen die Würstchen in die Verpackung. www.vemag.de



Geschmack pur

Kein zugesetztes Palmöl und gehärtete Fette enthalten die Pure Oil-Marinaden der Marke Gewürzmüller von Frutarom Savory Solutions. Sie sind leicht zu verarbeiten, schützen das Grillgut vor dem Austrocknen und lassen Fleisch, Fisch sowie Gemüse glänzen. Die rote

Würzmarinade Louisiana mit Paprika, Zwiebel und Pfeffer ist ein Klassiker und veredelt Schwein, Rind, Geflügel, Wild, Fisch sowie Gemüse. Ein fruchtiges Pendant dazu ist die Variante Pflaume & Ingwer, deren rauchige Note zu Schweine-, Rind- und Geflügelfleisch sowie Gemüse passt. Orientalisches Flair gelangt mit der Marinade Oriental BBQ auf den Teller. Anis, Zimt und Piment sorgen mit Raucharoma für ein harmonisches Geschmackserlebnis. Sie eignet sich für Fisch, Gemüse, Schwein, Rind, Geflügel und Wild. www.frutarom.eu



Apple-App fürs Grillen

Die Apple Watch App von Traeger bietet Nutzern WiFire®-kompatibler Holzpellet-Grills die Möglichkeit, ihr Grillgut vom Handgelenk aus zu überwachen und zu steuern. Über die Funktion „Probe Temp“ stellt man die gewünschte Innentemperatur ein und überwacht das Grillen, ohne den Deckel zu heben. Der „Timer“ benachrichtigt Nutzer, wenn es Zeit ist Soßen zuzubereiten oder das Essen anzurichten.

Der „Super Smoke Mode“ ermöglicht es, das Grillgut mit 100 % Hartholzrauch bei Temperaturen von 165 bis 225°C zu befeuern. Man kann die Grilltemperatur zwischen den einzelnen Stufen einstellen, ein- oder ausschalten. Die App dient auch als „digitales Epizentrum“, das Gleichgesinnte weltweit miteinander verbindet. Neben der Erstellung eines Profils und der Festlegung von Geschmackspräferenzen können Nutzer Notizen zu Rezepten machen und diese mit anderen teilen. www.traegergrills.com

Schaschlik to-go

Der Schlüssel für ein erfolgreiches Imbiss-Geschäft liegt im tragfähigen Konzept. Eine Lösung gibt Miveg Interessierten mit dem Konzept „Schaschlik to-go“ an die Hand. Vom „Schaschlik-Freitag“ bis zum täglich wechselnden Spieß-Angebot to-go – mit kreativen Fleischspießen, Hühnchen-Saté oder Gemüse-Spießen sind die Produktmöglichkeiten groß. Dafür bietet das Unternehmen diverse Geräte an. Liegt das Augenmerk auf gewichtsgleichen Produkten für eine stabile Kalkulation, eignen sich die Stick Systeme 108 und 72. Damit sind in 20 Minuten 108 oder 72 Spieße produziert. Einheitliche Schnittkanten garantieren später ein gleichmäßiges Garen. 480 Spieße/Std. schaffen die Stick Systeme 480. Mini-Spieße bis 42 g gelingen mit dem Stick System 81. Bei allen Geräten gleich sind die Vorteile geringer Mitarbeiterinsatz, kurze Einarbeitungszeit und vielfältige Einsatzmöglichkeiten. www.miveg.de



Fotos: Vemag Maschinenbau, Frutarom, Traeger Grills, Miveg



Impressum 10. 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:
Heike Sievers, Christian Böhm

Anzeigen:
Bernd Moeser (Leitung) -200 Sabine Hartl -246
Sebastian Lindner (Stv.) -215 Concetta Herion -240
Gerhild Burchardt -205 Rocco Mischok -220
Fritz Fischbacher -230 Paula Pommer -110

Herausgeberin: Annemarie Heinrichsdobler -100

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 23 vom 1.1.2021

Anzeigenabwicklung:
Marvin Demmelmaier -260,
Felix Hesse -261

Layout:
Michael Kohler -255
Liane Rosch -258
Rita Wildenauer -254
Lifensens 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.



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

DER WILLE VERSETZT BERGE. BESONDERS DER LETZTE.

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

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



Autoklaven



NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

AUTOKLAV & KESSEL
KORIMAT
www.korimat.de

Metalldübelwerk GmbH
Telefon 02772/576413-0

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

SPRÜH-SYSTEME
UNIFILLER-SYSTEME
BACKTRENNMITTEL

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



Innovative Etikettierlösungen für Fleischer, Bäcker und Selbstvermarkter
Tel. +49 (0) 9162 920 735
www.schaumermal24.de

Fleischereimaschinen

▲ Füllen
▲ Kuttern
▲ Wolfen

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



Gebrauchtmaschinen

TICHY TRADING
FOOD PROCESSING MACHINES
www.tichytrading.at

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

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE, GEWÜRZE UND MARINADEN DER EXTRAKLASSE




WWF

Hilf mit deiner Spende:
www.de/plastikflut

STOPP DIE PLASTIK FLÜT

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

Gütezusätze

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE, GEWÜRZE UND MARINADEN DER EXTRAKLASSE

van-hees.com
VAN HEES
we know how

GESUCHT & GEFUNDEN

Hygienetechnik



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



Individuelle und ressourcenschonende Reinigungssysteme für vielfältigste Anwendungen.

www.walter-cleaningsystems.de

Kühltheke



ECHT FRISCH!

Die neuen **Metzgertheken**

- robuste Edelstahlausführung und elegante Glasfront
- verschiedene Kältesysteme
- individuelle Temperaturzonen



www.hagola.de

04444 201-0 | info@hagola.de

Kühlthekenausstattung



Systemzubehör für Bedientheken



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

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



Kunstdärme



HansSchütt

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

Anzeigen werden gelesen!
Sie tun es gerade!

Pökelinjektoren



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

Pökel- und Massiertechnik



Suhner AG Bremgarten

Fischbacherstrasse 1
CH-5620 Bremgarten

Telefon: +41 56 648 42 42

Fax: +41 56 648 42 45

E-Mail: suhner-export@suhner-ag.ch
www.suhner-ag.ch

Eilige Anzeigen

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



Wir retten Paradiese!

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

Mehr dazu unter
www.naturerbe.de

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

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

Rauchstockwaschmaschinen



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

Schinken-/Spindelpressen



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

Schlachthofeinrichtungen

Rohrbahnanlagen
Schlachttechnik
Stefan Ochs

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



Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd

Telefon 073 66/92096-0
Telefax 073 66/92096-99

www.renner-sht.de

Tumbler

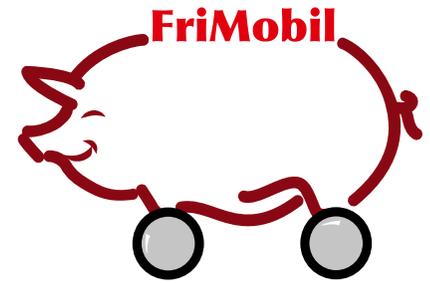


Günther Maschinenbau GmbH
Bauhof 7, D-64807 Dieburg
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@guenther-maschinenbau.de

Walzensteaker



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



FriMobil

das Franchisesystem für mobile Handwerks-Metzgereien

FriMobil Franchise ist das erfolgreich am Markt etablierte Konzept einer mobilen Metzgerei mit heißer Theke oder einem mobilen Brunch-Verkaufswagen. Sie machen den Unterschied durch ein hochmodernes Dienstleistungsangebot am Puls der Zeit. Starten Sie jetzt durch mit Ihrem eigenen Unternehmen und werden Sie beruflich mit FriMobil Franchise erfolgreich.

Wir haben das maßgeschneiderte Business-Konzept für Sie...

- Verwirklichen Sie Ihre beruflichen Ziele mit Ihrem eigenen FriMobil.
- Nutzen Sie Ihren mobilen Wettbewerbsvorteil gegenüber konventionellen Metzgereien..
- Nutzen Sie das riesige Marktpotential für das FriMobil-Konzept: die Anzahl an Metzgereien ist seit Jahren rückläufig. Somit wächst Ihr Marktpotential kontinuierlich.
- Wir schulen Sie in allen Bereichen: Von der Vorbereitungsphase Ihres Unternehmertums mit allen rechtlichen Vorkehrungen.
- Profitieren Sie vom langjährigen Erfahrungsschatz Ihres Franchise-Gebers. So sichern Sie nachhaltig Ihren unternehmerischen Erfolg!
- Mit FriMobil-Franchise verbinden Sie die Vorteile aus stationärer Metzgerei und Food-Truck.
- Sie sind frei und flexibel in Ihrer Standortwahl. Somit haben Sie im Gegensatz zu Food-Trucks auch keine teuren Stellplatzgebühren bei Festivals und Großveranstaltungen.
- Profitieren Sie mit uns als Ihrem Franchise-Partner von unseren Innovationen wie GPS-gestützte Verkaufsrouten, die online jederzeit abrufbar sind, oder unseren Wurstautomaten, die rund um die Uhr Kunden mit frischen Lebensmitteln versorgen.

Wir begleiten Sie bei jedem Schritt zu Ihrem unternehmerischen Erfolg...

Wir freuen uns auf Sie!

**IHR METZGERMEISTER
GEORG WIESNETH**

Haunachstraße 13a • 91245 Simmelsdorf
Tel. 0173/832 64 45 • Fax 0 9155/28 36 321
info@frimobil.de • www.frimobil.de

DER MACHT SIE ALLE KALT! DER IVECO DAILY



COOLER KRAFTPROTZ

Bis 7,2 Tonnen zGM für hohe Nutzlast!
Plus: robuster Stahlleiter-rahmen mit C-Profil

MAXIMALE FLEXIBILITÄT

Clevere Aufbau Lösungen für Frischdienst-, Tiefkühl- und Getränketransporte

SOFORT VERFÜGBAR

Viele vorkonfigurierte Fahrzeuge direkt vor Ort verfügbar.
Sonderwünsche sind jederzeit möglich.

KÜHLEN KOPF BEWAHREN

Dank hochmoderner Fahrerassistenzsysteme und seiner außergewöhnlichen Wendigkeit bringt der Daily auch Großbestellungen zuverlässig ans Ziel. Jetzt einsteigen und durchstarten!

IVECO

Ihr Partner für nachhaltigen Transport