

2/2022
www.fleischer-handwerk.de

FH FLEISCHER-HANDWERK

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



FLEISCHER MIT ERFOLG

**Metzgerei Durst
Blaustein**

MESSEVORSCHAU

**IFFA 2022
Teil 1**

GRILLEN & GEWÜRZE

Gut Glut! Flamme an!

Nalospice

Gewürzhüllen und Bögen

**JETZT
BESTELLEN**



OSKUTEX
KALLE GROUP



Marco Theimer
Chefredakteur
FH Fleischer-
Handwerk

Eines steht fest: Grillen ist zum Lifestyle geworden! Nicht nur das männliche Geschlecht fachsimpelt ausgiebig und gerne über hippe und ausgefallene Steak-Cuts, die beste Brennerleistung beim High-Tech-Grill oder den schmackhaftesten Rub für die Würzung eines Brisket im Smoker. Auch Frauen interessieren sich zunehmend für die Materie rund um Feuer und Flamme. Viele Metzgereien und Fleischereien hierzulande bieten ihren Kunden und Kundinnen Grill-Seminare oder -Workshops an und klären sie über die Vorzüge von regional erzeugtem Fleisch auf. Andere bilden sich etwa in den Fleischerschulen in Augsburg oder Landshut zu „Zertifizierten Grillmastern“ oder -Experten weiter. Und wer etwas auf sich hält, kauft sein Grill-Equipment nicht im nächstgelegenen Baumarkt ein, sondern bei einem etablierten Grillfachhändler, z. B. Grillfürst, der inzwischen bundesweit mit acht Standorten auch gewerbliche Kunden und Kundinnen mit seinen Produkten und Leistungen zufriedenstellt.

Doch was kommt bei den Verbrauchern und Verbraucherinnen gut an, wenn es ums Thema Grillvorlieben geht? Wann wird was gegrillt und womit? Diesen und vielen anderen Fragen ging das Meinungsforschungsinstitut forsa im Auftrag von Wiesenhof nach. Hier einige Ergebnisse: Am häufigsten grillen etwa die Norddeutschen (94 %), gefolgt von den Süddeutschen (90 %). Bei den „Heavy-Grillern“, die oft oder sehr oft am Rost oder über der Flamme stehen, ist sogar für rund ein Drittel (32 %) das ganze Jahr grillen angesagt. Steaks oder andere Fleischstücke auf dem Rost (78 %) sind besonders beliebt, gefolgt von Bratwürstchen (69 %). Bei 70 % liegen diese immer oder sogar meistens auf dem Grill. Immer beliebter werden Spieße (42 %, 2009: 34 %) und Burger (15 %, 2017: 12 %). Knapp die Hälfte der Befragten (44 %) schätzt marinierte Fleischprodukte, am liebsten mit einer Kräuter-Würzung (55 %). Die Gruppe der Vegetarier und Veganer (7 %) macht nur einen verhältnismäßig geringen Anteil aus. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind diese aber dabei am häufigsten vertreten (10 %).

Wenn Sie mich fragen, liebe Leserinnen und Leser, welche Grillspezialitäten ich bevorzuge? Ganz einfach: Hüftsteak oder Ribeye vom Rind pur – nur mit einem guten Salz und Pfeffer gewürzt. Thüringer Bratwürstchen mit Majoran stehen auch ganz oben auf meiner Liste der Lieblingsgerichte vom Grill. Welche geschmacklichen Neuheiten es von den Gewürz-Experten unserer Branche gibt, stellen wir im ersten von zwei Grill-Specials (ab Seite 22) vor!

Also dann, immer „Gut Glut“ und bleiben Sie gesund!



Meat & Greet 2022

Fleischerhandwerk und Metzgerei der Zukunft

4. Fachkonferenz
19./20. Oktober 2022
in Fürstentfeldbruck
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

22



46



32

IFFA



18



57

FLEISCHER MIT ERFOLG

Pfeffenhausen:
Erfolgsfaktor Dry-age
Familie Simmel..... 40

Blaustein-Arnegg:
Frisch & authentisch
Familie Durst..... 42

Brannenburg:
Qualität seit Generationen
Familie Kürmeier 44

Ilsfeld:
Digitalisierung als Chance
Tobias Fichtel 46

BRANCHENBLICK

Feuer und Flamme!..... 3
Branchenblick..... 5
Fleischsommelier-Kurs Nr. 25..... 8
Frauenpower mal zwei..... 9

INTERVIEW

Christian Milk, Aichinger:
Funktionen & Emotionen 10
Caro Bosselmann, BoBo Hannover:
Snacks sind zeitlos 12

WURSTHÜLLEN

Kunden von morgen kennen..... 14

TIERWOHL

Vom Glück der Nutztiere 18
Tierwohlgerecht betäuben..... 21

GRILLEN & GEWÜRZE

Gut Glut! Flamme an! 22

KÜHLTECHNIK

Verbotene Kühlgeräte 30

MESSEVORSCHAU IFFA

Die Vorfreude steigt 32
Messeneuheiten 34

PRODUKTION

Herstellung von Kochpökelwaren 49
Metzgerei Gustav Winterhalter:
Ob Schnitzel oder Steaks 52

NUTZFAHRZEUGE

E-Mobile als Alternative..... 57

RUBRIKEN

Neu auf dem Markt 60
Impressum..... 62
Gesucht & gefunden..... 63

Titelbild: Seit gut zwei Jahren führen Juliane und Robert Durst – beide Metzgermeister – die 1911 in Blaustein-Arnegg gegründete Metzgerei.
Foto: Theimer

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

Dieser Ausgabe liegen Beilagen von Beck Gewürze und Additive, Schnaittach, S. Giebler Digitalberatung.de, Bonn, Rex Technologie, Thalgau/A, sowie Berwing Hygienebau, Dingolfing, bei. Wir bitten um freundliche Beachtung!

Fotos: Colourbox.de, Syner.Con/Appro.Con, Messe Frankfurt/Exhibition GmbH/Petra Weizel, Land.Luft, Winter Fahrzeugtechnik



JETZT BEWERBEN! LADEN DER ZUKUNFT

Wie wird der Laden der Zukunft aussehen, wie wird er funktionieren, was muss er können? Diese Fragestellungen möchte die Redaktion von **FH Fleischer-Handwerk** in einer Initiative mit der **Aichinger-Gruppe** gemeinsam mit den Lesern beantworten. Die Redaktion wählt zunächst mit den Aichinger-Experten eine Bewerbung aus. Gemeinsam mit diesem Bewerber werden ein Erstentwurf und ein detaillierter Design- und Planungsentwurf gefertigt – ganz ohne Berechnung. Die Leistungen entsprechen einem Aufwand von etwa 7.500 €. Die Planungs- und Umsetzungsphase wird von **FH Fleischer-Handwerk** redaktionell begleitet. Sie wollen neu bauen, umbauen oder ihr Konzept ändern? Bewerben Sie sich mit einer kurzen Beschreibung ihres Unternehmens, ihrer Idee und unternehmerischen Zielsetzung bei der **FH-Chefredaktion**: E-Mail an: **Marco Theimer, m.theimer@blmedien.de**.
Einsendeschluss: 30. Juni 2022



Handwerkskammer Region Stuttgart

Ausbildungspreis ausgelobt

Eine exzellente Ausbildung belohnt die Handwerkskammer Region Stuttgart mit einem Ausbildungspreis. Dafür bewerben können sich bis zum 15. Juni 2022 Handwerksbetriebe aus den Landkreisen Böblingen, Esslingen, Göppingen, Ludwigsburg und Rems-Murr sowie dem Stadtkreis Stuttgart. Die Betriebe sollten seit mindestens fünf Jahren ausbilden und ihr Anteil an Ausbildungsabbrüchen nach der Probezeit gering sein. Die Größe des Betriebs spielt keine Rolle. Die Gewinner erhalten einen Smart EQ fortwo, den sie kostenfrei ein Jahr lang nutzen dürfen. Als Extra wird das Auto mit dem Firmen- und Ausbildungspreis-Logo versehen. Zusätzlich werden verschiedene Maßnahmen für die Online-Präsenz der Betriebe umgesetzt, z. B. professionell produzierte Videoportraits der Unternehmen. Ansprechpartnerin ist Katharina Schütz, Teamleiterin Ausbildungsbetreuung – Berufsorientierung, Tel. (0711) 1657-239. www.hwk-stuttgart.de/ausbildungspreis

Tegernseer Goldschmiede

Zunftzeichen als Zierde

Die Goldschmiedemeisterin Ursula Bertele lässt Handwerkszeichen und Berufssymbolen der Metzger eine besondere Ehre zuteil werden. In Wappenform und im schlichten Oval als Anhänger für Kette, Schlüsselbund oder Charivari eignen sie sich etwa als Geschenk zur Gesellen- oder Meisterprüfung. Es gibt sie zudem als schmucken Aufsatz auf einer Gürtelschnalle. Noch individueller ist ein zusätzliches Monogramm, etwa mit einem Logo oder Familienwappen, das in Auftrag gegeben werden kann. Für die Schnallen zum 3 oder 4 cm breiten Gürtel, kann das passende Grundmodell beliebig ausgesucht werden. www.bertele-schmuck.de



www.EFA-Germany.de
 Fleischereimaschinen

Sven Giebler Digitalberatung | DIGITALBERATUNG.DE

EXKLUSIV-WEBINAR: METZGER-MARKETING-WORKSHOP



Mit seinem Vortrag „**Digitaler Schlachtplan für effektives Metzger-Marketing 2022**“ überzeugte Digitalberater Sven Giebler beim Netzwerk-Event „Meat & Greet 2021“. Daher bieten wir am **31. März 2022 um 16:30 Uhr** ein zweistündiges Webinar zu erfolgreichem Metzger-Marketing und Storytelling für alle an, die nicht dabei sein konnten oder die Inhalte vertiefen möchten. Themen sind etwa Google My Business zur Stärkung

des lokalen Marketings und Newsletter-Marketing zur Steigerung des Umsatzes. Als Gründer einer Bio-Metzgerei vermittelt der Referent nicht nur theoretisches Wissen, sondern gibt auch praktische Tipps & Tricks zur Umsetzung. Mit dem Code „**FH2022**“ spart man 50 Euro. Jetzt informieren und Ticket zum Vorzugspreis via QR-Code sichern: www.digitalberatung.de/schlachtplan



Deutscher Fleischer-Verband Umsatz- und Kostenanalyse

Seit Jahren bietet der Deutsche Fleischer-Verband (DFV) seinen Mitgliedern die Teilnahme an einer Umsatz- und Kostenanalyse an. Wer seinen Betrieb derart beurteilen lassen möchte, kann sich bis zum 30. April 2022 anmelden. Ziel der Analyse ist es, anhand der Kennzahlen der BWA die Stärken und Schwächen des Betriebes herauszuarbeiten. Im Rahmen der Analyse werden für jeden Betrieb individuelle Sollzahlen zu den Umsätzen und Kosten ermittelt. Diese werden mit den tatsächlichen Zahlen verglichen. Jeder teilnehmende Betrieb erhält einen ausführlichen, verständlichen Bericht. Untersucht werden Zahlen aus dem Jahr 2021. Zudem sind die wichtigsten Kennzahlen jedes Betriebes in einer Betriebskostenstatistik anonym zusammengefasst. So besteht die Möglichkeit, sich mit ähnlich strukturierten Betrieben zu vergleichen. Als Ergänzung gibt es erstmals eine Bilanzanalyse für das Jahr 2020. Eine Erläuterung sowie Auftrag und Fragebogen sind im Mitgliederbereich der DFV-Homepage zu finden und wurden via App an die Mitglieder verschickt. Die Unterlagen können auch bei Martina Schreiner, Tel. (069) 63302-270, m.schreiner@fleischerhandwerk.de erfragt werden. www.fleischerhandwerk.de

Schon bei Facebook geklickt?



MARKENSCHAUFENSTER

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

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



Maschinenfabrik Seydelmann Kundencenter in Aalen

Für das zweite Quartal 2022 plant die Maschinenfabrik Seydelmann in ihrem neuen Kundencenter im Proviantamt-Areal in Aalen erste Besucher zu empfangen. Dieses soll wie ein moderner Lebensmittelbetrieb – inklusive der Möglichkeit der Verköstigung – mit Maschinen auch für vor- und nachgelagerte Prozesse ausgestattet werden, höchsten Hygieneansprüchen entsprechen und eine EU-Zulassung zur Lebensmittelherstellung erlangen. Hier werden Lebensmitteltechnologien für oder mit dem Kunden an der Produktentwicklung bzw. Qualitätssteigerung arbeiten. Ausgestattet mit den neuesten Maschinen, können sich Kunden hier von der Leistungsfähigkeit, Qualität und Effizienz der Kutter, Wölfe, Mischer und Feinstzerkleinerer überzeugen. Auch die persönlichen Beratung wird intensiviert werden. Zudem wird es eine Laborausstattung zur wissenschaftlichen Analyse von Lebensmittelprodukten geben. www.seydelmann.com

Rivacold

Geschäftsführung erweitert

Seit Anfang 2022 ist der Kälteanlagenbauermeister und Betriebswirt Pancrazio Tondo (40) neben Firmengründerin Isabella Walter weiterer Geschäftsführer der Rivacold CI GmbH aus Fellbach bei Stuttgart. Sein Weg führte bei dem Hersteller und Lieferanten von Kälteanlagen im DACH-Raum seit 2013 vom Produktmanager, über die Vertriebsleitung für die Marken Rivacold, Pego und Dixell bis hin zu seinen neuen Führungsaufgaben. Dazu zählen z. B. technische Weiterentwicklungen für zukunftssichere Kälteanlagen, der Ausbau des Vertriebsgeschäfts sowie die strategische Ausrichtung des Unternehmens im deutschsprachigen Raum. www.rivacold.de



Deutscher Fleischer-Verband

Emotionales Image-Video

Das neue Werbekonzept des Deutschen Fleischer-Verbands (DFV) ist gestartet, ein neues Image-Video steht zum Download bereit. Die Werbekampagne „Fleischerhandwerk – Das Original“ rückt über knapp zwei Jahre hinweg die wesentlichen Kennzeichen, Vorteile und Angebote handwerklicher Metzgereien in den Mittelpunkt. In sieben Phasen werden zielgruppenspezifische Schwerpunkte gesetzt und die entsprechenden Botschaften vermittelt. Aufbauend auf den Filmen, begleitet der DFV jede Phase durch viele Aktivitäten, vor allem in den sozialen Medien. Die Themen der nächsten Phasen: handwerkliche Herstellung und Kompetenz, Nachwuchsgewinnung, politische Forderungen des Fleischerhandwerks, Seiten- und Quereinsteiger sowie Nachhaltigkeit. Im Fokus aller Aktivitäten steht die f-Marke mit dem Slogan „Das Original“. Das Image-Video ist online, bei Veranstaltungen sowie auf Social Media einsetzbar und kann von Betrieben, Innungen und Landesverbänden für die Werbung und Pressearbeit genutzt werden. Dazu bietet der DFV komprimierte Versionen für Instagram und Facebook an. Download unter www.fleischerhandwerk.de.



Metzgerei Helfrich, Hofheim Dritte Meister-Generation



Im Dezember legte Maximilian Helfrich (23) seine Meisterprüfung an der 1. Bayerischen Fleischerschule Landshut ab – und trat neben seinem Bruder Tim (27) als dritte Gene-

ration in die Fußstapfen von Opa und Vater. Die Fleischerei Helfrich in Hofheim in Unterfranken gründeten Kurt und Anni Helfrich 1966. Ihr jüngster Sohn Klaus (52) absolvierte 1992 den Meisterkurs in Landshut und übernahm 1996 die Geschäftsführung. Seine Gattin Erika lernte Apothekenhelferin und Fleischerei-Fachverkäuferin und erreichte als Innungsbester bei Prüfungen auf Bezirks- und Landesebene Top-Platzierungen. Tim Helfrich stieg nach dem Abitur 2015 in den Betrieb ein und beendete als Innungsbester 2017 seine verkürzte Metzgerlehre. Im selben Jahr absolvierte er den Meisterkurs in Landshut. Maximilian Helfrich trat nach dem Abitur in den Betrieb ein und schloss 2021 seine Metzgerlehre als Innungsbester ab. Im Alltag ergänzt sich das Trio: Arbeitsschwerpunkte von Vater Klaus sind Büro und Produktion, Tim arbeitet in Verkauf und Management, Maximilian vorläufig in der Produktion. www.metzgerei-helfrich.de

Nationales Wissensnetzwerk Kupierverzicht Pig-Check App

Das Nationale Wissensnetzwerk Kupierverzicht unterstützt Schweinehalter bei der Umsetzung des Kupierverzichts. Zur Identifizierung der Ursachen ist eine betriebsindividuelle Schwachstellenanalyse notwendig. Um diese einheitlich auf allen Betrieben anwenden zu können, wurde im Rahmen des Aktionsplans eine sogenannte Risikoanalyse erarbeitet. Die im Rahmen des Projektes entwickelte, kostenfreie Pig-Check App erfasst diese Risikoanalyse sowie die Tierhaltererklärung der Betriebe digital. Der Entwickler und Projektpartner IQ-Agrar-Service hat sie nun überarbeitet. Ziel war eine erleichterte Navigation und übersichtlichere Darstellung für die Anwender. Das Projekt ist Bestandteil des Modell- und Demonstrationsvorhabens (MuD) Tierschutz. www.ringelschwanz.info



Vemag Maschinenbau Hallenneubau

Die Vemag Maschinenbau GmbH in Verden/Aller baut am Standort in der Weserstraße eine neue Fertigungshalle. Ein großer Teil der Halle mit zwei



Geschossen und einer Gesamtfläche von fast 4.000 m² steht bereits. Die Fertigstellung inklusive Produktion, Technik sowie der Sozialräume ist für Ende Oktober 2022 geplant. „Das Ergebnis des stetigen Wachstums war nahezu eine Verdoppelung der Anzahl der Mitarbeiter*innen am Standort in den vergangenen Jahren. Mit dem Hallenneubau wollen wir unseren Produktionsstandort stärken und weitere Ausbildungs- und Arbeitsplätze generieren“, erläutert Andreas Bruns, Vorsitzender der Geschäftsführung. Das Unternehmen wird auch 2022 mindestens 60 weitere Arbeitsplätze schaffen, so der Plan. Das nächste Projekt ist die Verbesserung der Parkplatzsituation für die über 800 Mitarbeiter*innen. www.vemag.de

Fotos: © Buchmann, Colourbox.de/Kasper Nymann, Vemag Maschinenbau

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

FLEISCHSOMMELIER- KURS NR. 25

Gutes Fleisch ist nicht nur Genuss: Das ist seit 2016 das Credo der Weiterbildung zum Zertifizierten Fleischsommelier an der Fleischerschule Augsburg. Im Januar fand Kurs Nr. 25 statt.



Gutes Fleisch ist nicht nur Genuss – es ist Leidenschaft, Lebenseinstellung und Statement zugleich“, betont Stefan Ulbricht, Leiter und Initiator des Kurses. Im Januar erhielten rund 30 Teilnehmer des Jubiläumskurses, darunter sechs Damen ihre Zertifikate. „Die Weiterbildung zum Fleischsommelier ist ein Krönchen auf euer bisheriges Wissen im Bereich Fleisch.“ So beschreibt es der Dozent und Bochumer „Fleischflüsterer“ Christoph Grabowski. Er unterrichtet die Zuschnitte beim Rindfleisch und berichtet dabei von seinen weltweit gesammelten Erfahrungen. Der zweiwöchige Sommelier-Kurs hat sich dabei in den vergangenen

Jahren genauso entwickelt wie der Markt, die Kunden und die Teilnehmer. „Gerade die Kursteilnehmer selbst bereichern den Kurs mit eigenen Erfahrungen, aber auch Fragen“, sagt Stefan Ulbricht. Dabei sei die Qualität und Erfahrung der Dozenten in ihren Fachgebieten entscheidend.

Neben den Special-Cuts für Rind, Schwein, Lamm, aber auch Geflügel, stehen vor allem Fragen der Fleischqualität wie Rasse, Haltung, Genetik und Fütterung bis hin zur Reifung im Fokus dieser Weiterbildung. Zum Sommelier-Kurs gehören zudem Themen wie Sensorik, Foodpairing und -completing sowie die richtige Zubereitung. Ernährungswissen, Marketing und Tasting-Organisation runden ihn ab. Lars Bubnick, Geschäftsführer des Fleischerverbandes Bayern, und seine Stellvertreterin Svenja Fries erinnerten die Absolventen bei der Zertifikatsübergabe daran, ihre Aufgabe als Genussbotschafter für das Lebensmittel Fleisch anzunehmen und damit das Fleischerhandwerk auch öffentlich entsprechend darzustellen. www.fleischerschule.de/ausbildung/fleischsommelier

Metzgerei Ammon, Fürth-Burgfarrnbach Trauer um Konrad Ammon sen.

Am 11. Januar verstarb der „Vater des Fürther Schlachthofs“, Konrad Ammon sen. (91) – ein unermüdlicher Macher, der hohes Ansehen in Politik und Wirtschaft der Region genoss. Er war Ehrenmitglied der Fleischer-Innung Mittelfranken-Mitte und Initiator sowie langjähriger Geschäftsführer des Metzgerschlachthofs Fürth – und bis zuletzt ein geschätzter Ratgeber.

Konrad Ammon sen. wurde am 8. Juli 1930 in Fürth als viertes Kind von Konrad und Luise Ammon geboren. Nach Lehre, Gesellen- und Meisterprüfung übernahm er nach dem Tod seines Vaters mit 23 Jahren das elterliche Geschäft und führte es mit Gattin Thea sehr erfolgreich. Von 1963 bis 1990 war er Schriftführer der Innung Fürth, von 1984 bis 1996 stv. Obermeister. Im 1990/91 auf seine Initiative hin neu gebauten Schlachthof im Heimatstadtteil Burgfarrnbach agierte er bis 1998 und ab 2003 als Chef. Ende 2009 gab er das Amt des Geschäftsführers ab – an den älteren seiner Söhne, Konrad Ammon jun., der den Familienbetrieb mit seinen Söhnen Max und Philipp führt. Die



Ehrungen, die er sich für seine haupt- und ehrenamtliche Handwerkstätigkeit verdiente: 1979 erhielt er die Silberne Ehrennadel der Innung, 1996 wurde er Ehrenmitglied. Als bisher einziger Handwerker bekam er 1995 das Goldene Kleeblatt der Stadt Fürth, 1997 von der Handwerkskammer für Mittelfranken den Goldenen Meisterbrief. Zu seinem 80. Geburtstag würdigte Oberbürgermeister Dr. Thomas Jung (Im Bild li.) seine

Lebensleistung mit dem Ehrenkrug der Stadt. „Sie hatten schon eine Zukunftsvision, als der Begriff ‚Regionale Wirtschaftskreisläufe‘ für viele noch ein Fremdwort war“, betonte der OB. Sein Herzensprojekt Metzgerschlachthof sei durch die Nähe zu bäuerlichen Erzeugern und verarbeitenden Fleischern heute ein Vorzeigemodell für Deutschland und Europa. Die Energie für seine Aktivitäten bezog er aus seinem gesunden Lebenswandel: Seit frühester Jugend war er begeisterter Sportler und Leichtathlet und legte 35 mal das Goldene Sportabzeichen ab. www.metzgerei-ammon.de

IFFA

14.–19. 5. 2022
Frankfurt am Main

TRADITION BRAUCHT INNOVATION

www.iffa.com



Beste im Meisterkurs 446: Die 1. Bayerische Fleischerschule Landshut ehrte Luisa Botte (22) und Katrin Gössl (27).

FRAUENPOWER MAL ZWEI

Als Beste von 32 Absolventen schlossen Luisa Botte (unten re.) aus Hartenfels im Westerwald und Katrin Gössl (Mi.) aus Tettngang am Bodensee diesen Meisterkurs ab und kamen auf Durchschnittsnoten knapp unter 2,0. Dafür erhielten sie Weiterbildungsgutscheine im Wert von je 150 Euro.

Beiden wurde das Fleischerhandwerk in die Wiege gelegt: Luisa Botte entstammt der von Opa Edgar und Oma Alma 1963 gegründeten Burgmetzgerei Botte in Hartenfels mit Filiale im 20 km entfernten Ransbach-Baumbach. Nach Abitur und zwei Semestern Studium Grundschullehramt (Englisch/Erkunde) entschloss sie sich überraschend zur Fleischerlehre im elterlichen Betrieb, der 30 Mitarbeiter zählt. Sie verkürzte diese auf zwei Jahre, schloss sie im Juni 2021 als Innungsbeste ab und holte sich den Landessieg im Leistungswettbewerb der Handwerksjugend in Rheinland-Pfalz. Nun will sie weiter im Familienbetrieb arbeiten, aber auch in andere Betriebe hineinschnuppern, neue Inspirationen sammeln und Kontakte in der Fleischbranche knüpfen. Langfristig ist die Selbstständigkeit mit Übernahme des elterlichen Betriebes ihr Ziel.

Katrin Gössl absolvierte nach dem Abitur 2012 ein Studium der Betriebswirtschaft im Gesundheitswesen und schloss es als Bachelor of Arts ab. Nach gut einem Jahr Arbeit als Controllerin in einem Städtischen Klinikum entschloss sie sich, eine Metzgerlehre im elterlichen Betrieb zu beginnen. Ihre Ausbildung beendete sie im Juli 2020 als Beste der Innung und der Kreishandwerkerschaft Bodenseekreis und erhielt den Nachwuchsförderpreis. Nach der Gesellenprüfung absolvierte sie zwei Kurzpraktika in anderen Betrieben und möchte auch in Zukunft versuchen, so Betriebsblindheit vorzubeugen. Eine Betriebsübernahme sei noch nicht geplant.

www.burgmetzgerei-botte.de, www.metzgerei-goessl.de,
www.fleischerschule-landshut.de



Foto: Buchmann

 messe frankfurt

FUNKTIONEN & EMOTIONEN



Im Interview erläutert Christian Milk, Leiter Vertrieb Frische-Handwerk bei Aichinger, Zukunftsfragen im Ladenbau.



Ladenbau ist mehr als die Gestaltung von Räumen und die Warenpräsentation. Warum ein Laden eine Story erzählen muss, um die Bühne für handwerkliches Können und Produkte zu sein, schildert Christian Milk. Der Fleischermeister, Fleisch-Sommelier und Betriebswirt des Handwerks führte selbst einige Jahre in vierter Generation eine Fleischerei mit Catering und Grillschule.

Der Um- und Neubau eines Ladens ist eine große Investition. Sie waren Handwerksunternehmer und verkaufen nun Ladeneinrichtungen. Was sagen sie Interessenten, die sich angesichts der Kosten fragen, ob sich das lohnt?

Ladenbau ist eine Symbiose aus funktionalen Anforderungen und Emotionen, die die Sinne der Menschen anregen. Der Laden ist ein persönliches Statement. Shop-Design im Fleischerhandwerk schafft eine authentische Bühne für handwerkliches Können und die

Produkte. Der Laden muss eine Geschichte erzählen. Noch immer gilt: Bei einem Kunden, der sich wohlfühlt, steigen Verweildauer und Kauflaune. Ich weiß aus vielen Gesprächen mit Kunden, dass der Umsatz danach um mindestens 20 % steigt – nicht nur direkt nach dem Umbau.

Vor welchen Herausforderungen steht der Ladenbau im Fleischerhandwerk?

Ladenbau mit Anspruch gestaltet nicht nur Räume und präsentiert Ware, sondern findet mit dem Kunden zukunftsorientierte Lösungen, um auf Personalmangel im Verkauf, steigende Energiekosten und ein geändertes Konsumentenverhalten zu reagieren. Flexibel, energieeffizient und digital sind die Antworten auf die Zukunftsherausforderungen. Läden werden oft 20, 30 Jahre mit der gleichen Einrichtung und Ausstattung betrieben. Deshalb gilt es jetzt, in die Zukunft zu blicken und den Kunden Investitionssicherheit zu bieten.

Der Personalmangel ist allgegenwärtig. Wie kann der Ladenbau Lösungen anbieten?

Beim Fleischer sind Freitag und Samstag die mit Abstand umsatzstärksten Tage. Außerhalb dieser Tage betreibt er, vor allem bei einem großen Sortiment, viel Aufwand und Personalressourcen, um die Ware in der gleichen Qualität wie an den frequenzstarken Tagen zu präsentieren. Eine Lösung ist unser Thekenaufsatz Filou FLIxx. Damit lässt sich mit wenigen Handgriffen eine Bedientheke in eine SB-Theke umwandeln. Kollegen, die diese Lösung nutzen, sind vom guten SB-Umsatz überrascht. Dies ist auch mit geändertem Konsumverhalten zu erklären. Nicht mehr alle Kunden wollen und benötigen zum gesamten Sortiment eine persönliche Bedienung und Beratung.

Wie findet der Ladenbau auf das geänderte Konsumentenverhalten Antworten?

Es gilt noch immer der Grundsatz, dass mit steigender Aufenthaltsqualität die Verweildauer und Kauflaune steigen. Allerdings muss man auch der größer werdenden Zahl von Kunden gerecht werden, die via App oder auf einer Website Produkte vorbestellen und zum vereinbarten Zeitfenster abholen – ohne lange beim Abholen und Bezahlen warten zu wollen. Und den Kunden, die schnell beim Fleischer hochwertige selbstgemachte Convenience-Produkte für den Verzehr an der Arbeitsstelle, zuhause oder unterwegs einkaufen wollen.

Sie haben die Digitalisierung des Ladens als Megatrend genannt. Wo steht dabei das Fleischerhandwerk?

Ich erlebe eine große Offenheit und Investitionsbereitschaft bei den Kollegen im Handwerk. Digital Signage mit Displays und digitalen Preisschildern ist der erste sichtbare Anfang. Mit der Verknüpfung zum Kassensystem und Warenwirtschaftssystem können über die Module unserer Digitalisierungs-Spezialisten von Shop-IQ zentrale Angebote und Abverkauf gesteuert werden. Dabei werden die Verkaufshistorie und auch Wetterdaten einbezogen. Dies erhöht Umsatz und Ertrag und reduziert Abschriften.

Vielen Dank für das Gespräch!
www.aichinger.de

A. Handtmann Maschinenfabrik Maschinen nach Maß



Mit Handtmann Customized Solutions (HCS) wird das ober-schwäbische Unternehmen noch flexibler auf individuelle Kundenbedürfnisse und spezielle Anforderungen eingehen. Im Sinne von „Meine Idee. Meine Lösung“ rückt es spezifische Kundenwünsche noch stärker in den Fokus. „So individuell die Ernährungsge-wohnheiten heute, so indivi-

duell die Produktionsprozesse unserer Kunden – den Lebensmittelherstellern. Mit HCS bieten wir unseren Kunden bei individuellen Anforderungen maßgeschneiderte Lösungen in bewährter Qualität“, betont Harald Suchanka (CEO Handtmann F&P). In Biberach und Amersfoort/NL entwickelt ein erfahrenes Team Lösungen, die der Kunde für seinen Produktionsprozess benötigt: von der Produktvorbereitung bis hin zur Einlage in die Verpackung. Alle Serienmaschinen lassen sich erweitern und modifizieren. www.handtmann.de



BGN

Zertifiziert desinfizieren

Die Corona-Pandemie hat die Anforderungen an die hygie-nischen Ansprüche gesteigert. Zwar hat sich ein neues Ver-ständnis zum Thema Desinfektion entwickelt, doch welche Mittel sind dafür geeignet und wo können sie wie eingesetzt werden? Das Fazit von Gunar Gramlich, Sicherheitsexperte bei der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN): Zunächst Anforderungen an das eingesetzte Mittel klären und Auswirkungen auf die Nutzer bewerten, die Anwendungshinweise

des Herstellers beachten und Produkte verwenden, die geprüft und zertifiziert sind. Von nach-folgenden Stellen gelistete Mittel erfüllen die Anforderungen: Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG/ www.dlg.org), Deutsche Veterinärmedizinische Gesellschaft (DVG/ www.dvg.net), Industrieverband Hygiene und Oberflächenschutz (IHO/ www.iho.de), Robert Koch-Institut (RKI/ www.rki.de) und Verbund für Angewandte Hygiene e. V. (VAH/ www.vah-online.de). Eine Datenbank zugelassener Biozid-Produkte gibt es auch auf den Internetseiten der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin: www.baua.de



Münchener Verein Berufsunfähigkeit absichern

Der Münchener Verein erwei-tert sein Produktportfolio und schafft so eine Möglichkeit zur Absicherung der Berufs-unfähigkeit für Handwerker. Auch das Thema nachhaltige An-lage kommt nicht zu kurz. Das Unternehmen wartet mit

einigen neuen Highlights in der Deutschen Handwerker Berufsunfähigkeitsversicherung (DHBU) auf. Mit der neuen Wechseloption steigen junge Fleischer in der günstigen Aktiv-Variante ein und können in den ersten drei Jahren ohne erneute Gesundheitsprüfung bis zum Alter von 40 Jahren in den Premiumschutz wechseln. Zudem wird die BU durch geringe Nettobeiträge günstiger. Sollte eine Beitragsfreistellung nötig sein – kein Problem. Weitere Informationen bei Peter Umkehr, Vorstands-bevollmächtigter Handwerk, Tel. (089) 5152-2579, E-Mail: umkehr.peter@muenchener-verein.de. www.muenchener-verein.de

Besuchen Sie unseren

IFFFA

Showroom mit ausgewählten Ausstellern und ihren Messe-Highlights auf

fleisch net.de

www.fleischnet.de

SNACKS SIND ZEITLOS

Die Gastronomie ist einfach mein Ding“, sagt die 28-Jährige. Nach Abitur und der Ausbildung zur Hotelkauffrau in einem Hannoveraner 5 ½-Sterne-Hotel studierte sie BWL & Marketing, lernte allerlei Food-Trends und Konzepte im Ausland kennen und setzte zunächst das Markenkonzept in der von Vater Gerhard geführten Landbäckerei Bosselmann neu auf, zu der eine stattliche Zahl an Filialen im Raum Hannover gehört. Am 2. März 2020 eröffnete sie in der niedersächsischen Landeshauptstadt mit ihrer Ex-Kollegin Anna-Lena Suchland das Restaurant Café & Co-Working Space BoBo, in dem auch kreative Snacks zum Tagesgeschäft zählen.

Warum unterstützen Sie den SnackStar 2022 als Patin?

Ich finde das Konzept spannend. Junge Leute bzw. Teams erhalten hier die Möglichkeit, eigene Ideen umzusetzen, zu präsentieren und können durch Engagement und Ehrgeiz glänzen. Ich arbeite in meinem Team ausschließlich mit sehr jungen Leuten und profitiere auch von deren Kreativität. Sie haben oft coole Ideen, z. B. aus den sozialen Medien, und wir versuchen das dann gemeinsam umzusetzen. Ich begleite mit diesen Mitarbeitern*innen zusammen den Entstehungsprozess des neuen Produktes, inklusive Preisgestaltung, Werbung und dem ganzen Drumherum. Jury-Erfahrung sammelte ich 2021 schon beim SnackStar Theke des Jahres-Wettbewerb für unsere Bäckerbranche.

Welche Eigenschaften sollte jemand haben, der 2022 am SnackStar-Wettbewerb teilnimmt?

Dabei geht es um Kreativität, darum, genau zu wissen, welche Zielgruppe mit dem Snack-Angebot oder -Sortiment angesprochen werden soll sowie die generelle Umsetzbarkeit. Auch die Darstellung verschiedener Ernährungsweisen hat für mich Erfolgspotenzial. Trotzdem sollte alles einem roten Faden folgen.



Als Patin will Caroline Bosselmann mit Nachwuchskräften aus dem Bäckerhandwerk beim SnackStar 2022 den Titel holen. Hier berichtet sie über das Thema Snacks in ihrem Alltag und warum sie sich bei diesem Wettbewerb engagiert.



Was ist wichtiger? Geschmack oder Präsentation eines Snacks?

Ich denke, dass man das nicht trennen darf. Natürlich erreicht man Erstkäufer erstmal über die Optik und die Präsentation, aber es muss auch schmecken, sonst kommt der Kunde nicht wieder. Eine gute Snack-Theke muss vom Konzept getragen werden. Hat man ein junges Konzept, aber eine alters- und berufsmäßig unterschiedliche Zielgruppe, gilt es genau abzuwägen, was man wie anbietet. Beides muss passen.

Was sind die Snack-Renner im BoBo-Restaurant & Cafe?

Ich habe versucht, das Beste aus meiner Bäckerei-Erfahrung ins BoBo zu übertragen. In unserer Auslage und dem Kühlturm gibt es warme und kalte Snacks, egal ob süß oder herzhaft, vegan oder mit Fleisch oder Fisch. Die Zutaten variieren stark. In der Regel sind es acht Snack-Variationen am Tag, die ganztägig angeboten, vor Ort gegessen oder mitgenommen werden. Unsere Zielgruppe sind Menschen, die es in der City eilig haben und schnell etwas Gutes essen möchten. Ein Renner sind die morgens frisch gemachten Soft Rolls auf der Basis einer gerollten Brotteigplatte, etwas dicker aber weicher als ein Wrap, die z. B. mit roter Bete, Hühnchen oder Thunfisch gefüllt sind. Auch unsere veganen Zimtschnecken sind sehr beliebt.

Warum wird gerade eure Branche den Snack-Star des Jahres kreieren und gewinnen?

Weil wir, was den Snack-Bereich betrifft, die meiste Erfahrung haben. Und in einem ganz tollen Handwerk arbeiten, mit sehr viel Geschichte, aber auch sehr kreativem jungen Nachwuchs, der super flexibel ist, neue Ernährungstrends ins Angebot einfließen lässt und die Grundmaterialien des Bäckerhandwerks zeitgemäß inszenieren kann. Unser Handwerk hat bisher großen Einfallsreichtum bewiesen. Man braucht sich nur umzusehen, was es alles gibt. *mth*

Vielen Dank für das Gespräch!

<https://bobo.restaurant>

Bewerben Sie sich jetzt für die FH FLEISCHER-HANDWERK & FT FLEISCHEREI TECHNIK

Awards 2022

Mit den **FH FLEISCHER-HANDWERK** sowie den **FT FLEISCHEREI TECHNIK Awards 2022** werden zum 8. Mal technische Entwicklungen, Konzepte oder Dienstleistungen in der Fleisch- und Wurstverarbeitung ausgezeichnet, die einen nachhaltigen Vorteil für den verarbeitenden Betrieb und die Qualität der dort hergestellten Lebensmittel haben. Die Auszeichnung wird an Unternehmen der Ausrüstungs- und Zulieferindustrie sowie Dienstleister verliehen. Eine Fachjury nimmt die Beurteilung der eingereichten Vorschläge und Bewerbungen vor.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Ausschreibung:

Die Ausschreibung für die FT FLEISCHEREI TECHNIK und die FH FLEISCHER-HANDWERK Awards endet am **30. März 2022.**

Bewerbung:

Bewerbungen und Vorschläge können ab sofort eingereicht werden. Die Kurzbewerbung in digitaler Form sollte enthalten:

- ◆ Motivation für Bewerbung
- ◆ Firmenbeschreibung und fachlichen Hintergrund
- ◆ Schilderung des Projekts bzw. der Innovation auf max. 3 Seiten sowie die Herausstellung des besonderen Innovationsgehalts
- ◆ Bilder



Preiskategorien:

- ◆ Verarbeitungsmaschinen
- ◆ Automatisierung/Industrie 4.0
- ◆ Gütezusätze & Gewürze
- ◆ Schlacht- und Zerlegetechnik
- ◆ Räucher- und Klimatechnik
- ◆ Nachhaltige Verpackungstechnik
- ◆ Prozesskontrolle & QM



Preiskategorien:

- ◆ Verarbeitungsmaschinen
- ◆ Ladenbau & Verkaufsförderung
- ◆ Nachhaltige Verpackungstechnik
- ◆ Klima- und Räuchertechnik
- ◆ Gewürze & Gütezusätze
- ◆ Gar- und Küchentechnik
- ◆ Weiterbildung

Preisverleihung: Die Prämierung der preisgekrönten Entwicklungen und Projekte erfolgt im **Mai 2022** auf der **IFFA in Frankfurt am Main** im Rahmen einer fachöffentlichen Veranstaltung. Die Preisträger werden zudem mit einer Urkunde ausgezeichnet. Über die Siegerprojekte wird nach der Preisverleihung in den Fachmagazinen FT FLEISCHEREI TECHNIK und FH FLEISCHER-HANDWERK ausführlich berichtet. *Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.*



Bitte senden Sie Ihre Bewerbung oder Ihren Vorschlag an die Redaktion:

FT: Christian Blümel, Chefredakteur ♦ c.bluemel@blmedien.de ♦ +49 (89) 370 60-185

FH: Marco Theimer, Chefredakteur ♦ m.theimer@blmedien.de ♦ +49 (89) 370 60-150

Sind Kunden von morgen eine Generation von Klima-Aktivisten? Welche Ansprüche stellen sie an sich selbst und andere, wenn es um Nachhaltigkeit geht? Das untersuchte das Institut Rheingold in einer Studie.



KUNDEN VON MORGEN KENNEN



Die Ergebnisse zeigen: Die Ansprüche an das eigene Handeln sind hoch, stehen in Alltag aber immer wieder im Konflikt mit Genuss, Spaß und Machbarkeit. Doch Unternehmen und Branchen sollten den Trend zur Nachhaltigkeit ernst nehmen, um die nach dem Jahr 2000 Geborenen (Generation Z oder GenZ), als Kunden zu begeistern. Das gilt natürlich auch für Fleisch und Fleischprodukte. „Die GenZ kämpft in erster Linie mit sich selbst und den eigenen Nachhaltigkeitsansprüchen – und erlebt dabei massive innere Zerrissenheit“, fasst Christine Mack von Rheingold die Studienergebnisse zusammen. „Nichtsdestotrotz hat die GenZ ein neues und gestärktes Bewusstsein für den Klimawandel entwickelt und sieht die Notwendigkeit eines nachhaltigen Lebens“. Genügte es davor noch, das eigene Umweltbewusstsein mit Mülltrennung und Plastikverzicht zu demonstrieren, reiche das den Post-Millennials nicht mehr aus, heißt es weiter. Echter Verzicht, echte Einschränkung und damit echte Veränderung – so lautet der Anspruch an das eigene Konsumverhalten. Dabei lastet eine besondere Bürde auf den

Schultern der jungen Menschen: Sie gelten, so das Institut, als die „besseren Erwachsenen“ und sollen vormachen, wie es mit Klimawandel und Nachhaltigkeit funktioniert.

VIER PROTOTYPEN

Wie geht die junge Generation mit diesem Druck um? Das Institut hat dazu vier prototypische Profile herausgearbeitet, hier kurz zusammengefasst:

- **Die Klima-Aktivisten:** Der gemeinsame Kampf gegen den Klimawandel, kumuliert in der Fridays-for-Future-Bewegung, wird von dieser Gruppe als sinn- und identitätsstiftend erlebt. Der asketische Verzicht im Dienste der Nachhaltigkeit sorgt für Bewunderung und Anerkennung – auch im eigenen Umfeld, etwa im Freundeskreis.
- **Die Aushandler:** Sie sind die Kerngruppe mit der größten Anhängerschaft. Das Einschränken steht im immerwährenden Widerspruch zum generationstypischen Bestreben, nichts zu verpassen. Ein Phänomen, das mit dem Begriff „FOMO“ – fear of missing out – gut beschrieben ist. Diese Prototypen charakterisiert eine innere Zerrissenheit; sie hadern mit widerstreitenden

Bedürfnissen, die immer ausgehandelt werden müssen.

- **Die Resignierten:** Die Resignierten leben in Bezug auf Klimawandel und Nachhaltigkeit mit einer „lähmenden Überforderung“, wie Rheingold es nennt. Sie sind in einem Machbarkeits-Dilemma. Die eigenen Ansprüche und der Druck, nachhaltig zu leben, sind so hoch – sie wissen gar nicht, wo sie eigentlich anfangen sollen. Gerade von Unternehmen erwarten sie Nachhaltigkeitsstrategien als Orientierung und Entlastung.
- **Die Trotzigigen:** Diese Gruppe setzt sich wenig mit den Themen Klimawandel und Nachhaltigkeit auseinander. Sie sind, so Rheingold, im Scheuklappen-Modus unterwegs und fokussieren sich auf ihre persönliche Entwicklung und das eigene freiheitliche Ausleben.

Doch welche Rückschlüsse erlaubt diese Typisierung für Unternehmen und Branchen, die um die GenZ als Kunden werben? Hier sieht das Institut, kurz gefasst, drei wesentliche Ansätze:

- Nachhaltigkeit ist nicht mehr allein Hygienefaktor. Konzepte müssen überzeugend sein und in eine authentische, nachvollziehbare Story eingebettet werden.
- Die Kunden sollten nicht in der Rolle der „Konsumenten“ verharren müssen – von Unternehmen initiierte Bewegungen binden die Menschen ein und beteiligen sie.
- Nachhaltige Angebote müssen vom Verzichtsgedanken entkoppelt werden.

GEWISSEN UND GENUSS

Was bedeutet das in der Praxis für das Fleischerhandwerk und wie denken Branchenprofis über die Möglichkeiten, die „gespaltene Generation“ als Kunden zu gewinnen und zu halten?

Heike Molkenhain, Vorsitzende des Naturdarm-Verbandes, richtet ein besonderes Augenmerk auf die Prototypen der sogenannten Aushandler. „Diese Zielgruppe erwartet vor allem im Fachgeschäft und an der Bedientheke überzeugende und glaubwürdige Konzepte für Genuss mit gutem Gewissen. Dabei geht um weit mehr als „nur“ ein smartes Endprodukt. Zum Beispiel bei Wurst: Woher kommt das Fleisch? Wie ist die Rezeptur? Wie sieht es mit der Nachhaltigkeit der einzelnen Komponenten aus? Das geht bis ins Detail: So kann etwa der Naturdarm als Verpackung punkten, und das nicht nur im Sinne von „no plastic“. „Naturdarm ist eine natürliche Ressource, die bei der Fleischgewinnung ohnehin anfällt und nicht extra produziert werden muss“,

IFFFA

Frankfurt/Main
14.- 19. Mai 2022
Halle 12.1, Stand D79



**Wir freuen uns darauf,
Sie endlich wieder
persönlich treffen zu
können.**



Sun[®]
Products

Vertriebs GmbH

Parkstr. 21, 76131 Karlsruhe
www.sun-products.de

Nützliche Links

- www.benz-metzgerei-feinkost.de
- www.metzgerei-baumeister.de
- www.naturdarm.de
- www.nationalmannschaft-fleischerhandwerk.de

sagt die Expertin. Zudem zeugen die charakteristisch schrumpelige Optik einer großkalibrigen Wurst in Rinderbutte oder der typische Knackeffekt eines Würstchens im zarten Saitling von handwerklichem Können und meisterlicher Qualität.



KREATIV UND NACHHALTIG

Und wie stellt sich die junge Generation der Fleischer*innen auf die Ansprüche ihrer eigenen Altersgruppe ein? Für Fleischermeister Max Grebe aus Bad Wildungen, Mitglied der Nationalmannschaft des Fleischerhandwerks, sind u. a. Transparenz und Glaubwürdigkeit entscheidend: „Unser großer Vorteil ist die Kundennähe. Wir stehen jeden Tag mit unserem Gesicht und Namen für unser Sortiment und können alle Fragen persönlich beantwor-

ten. Das schafft Vertrauen und Kundenbindung. Zugleich haben wir so den Finger am Puls der Konsumenten. Wir erkennen Trends frühzeitig und können uns darauf mit kreativen Ideen einstellen.“ Fleischermeisterin Leonie Baumeister aus der gleichnamigen Metzgerei in Waibstadt, ebenso Mitglied der Nationalmannschaft, sieht ihr Handwerk auf einem guten Weg. „Nachhaltigkeit ist das Gebot der Stunde, dazu darf der Spaß beim Einkaufserlebnis nicht zu kurz

kommen. Saisonale Angebote, außergewöhnliche Produktideen, Gutscheine für Grill- oder Wurstkurse – mit solchen Ideen können wir uns als Nahversorger und guter Nachbar immer wieder ins Gespräch bringen. Nicht zu vergessen, dass wir so auch viel für unser Berufsbild tun. Die jungen Menschen der GenZ sind ja nicht nur als Kunden willkommen, sondern auch als potenzielle Kollegen und Kolleginnen.“

Den Vorbildcharakter von jungen Fleischermeister*innen betont Gina Benz aus der Feinkostmanufaktur Benz in Köngen, Dritte im Bunde des Teams Nationalmannschaft an dieser Stelle: „Wir müssen als Vorbildcharaktere agieren. Rohstoffverarbeitung im Nose-to-tail-Segment wird auch in Zukunft eine große Rolle spielen. Zur Nachhaltigkeit zählt auch die ganzheitliche Verarbeitung des Tieres, sei es die Schweinemaske, das Blut, die Kutteln oder die Därme. Schließlich sind wir Handwerksmetzger und haben damit die Chance, das ganze Tier zu außergewöhnlich guten, regionalen Produkten zu verarbeiten. Die am Ende durch Geschmack, Regionalität und Nachhaltigkeit auch die junge Generation überzeugen können.“

Zentralverband Naturdarm Nachhaltiger Rohstoff

Auch bei der handwerksorientierten Wurstherstellung punktet Naturdarm als nachhaltiger und ursprünglicher Rohstoff. „Die natürliche Hülle gilt als Markenzeichen hochwertiger, handwerklicher Produkte“, sagt Heike Molkenthin, Vorsitzende des Zentralverband Naturdarm (ZVN). Ob im Regal, an der Bedientheke oder im Fachgeschäft: Wurst im Naturdarm hebt sich von der Massenware ab und erlaubt damit eine höhere Wertschöpfung. Die deutsche Naturdarmbranche handelte im Geschäftsjahr 2020 weltweit 227.832 t Ware und legte damit in Bezug auf das Vorjahresniveau (225.088 t) zu. Laut der Branchenvereinigung ZVN lag der Gesamtumsatz aber mit knapp 883 Mio. Euro um 7,4 % unter dem Vorjahreswert Wertmäßig



kam die Europäische Union auf einen Exportanteil von 50,8 %. Auch in Italien und Frankreich gibt es zahlreiche traditionell hergestellte Wurstspezialitäten und anspruchsvolle Verbraucher. Auch auf dem heimischen Markt sei die Nachfrage nach Naturdärmen ungebrochen hoch. Der Star unter den Naturdärmen ist der Schafssaitling, der aber weiterhin knapp bleibt. Wichtige Lieferländer dafür sind China, die Türkei, Neuseeland und Australien. Da Schafsdärme in kleinen Kalibern auch in China oft für Wurstwaren nach europäischem Vorbild genutzt werden, wird das bis auf weiteres auch so bleiben. www.naturdarm.de

Fotos: Deutscher Fleischer-Verband, Zentralverband Naturdarm

www.torrero.de **leithammel gmbh**

Der LEITHAMMEL unter den Fachportalen

- Tagesaktuelle Firmennachrichten
- umfassende Lieferantenübersicht

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



CDS Hackner

50 Jahre Naturdärme und mehr

Eine deutsche Erfolgsstory: Vom kleinen Betrieb im Schlachthof Frankfurt am Main zum Global Player für Naturdärme, Fleisch- und Innereien-Spezialitäten und Tiefkühlendienstleistungen – so lässt sich die Erfolgsgeschichte der Hackners beschreiben. Mit der Gründung der Crailsheimer Darmsortieranstalt GmbH (CDS) vor 50 Jahren wurde der Grundstein gelegt. So überrascht es kaum, dass das Unternehmen als

Pionier in der Branche eine sichere Wurstproduktion ganz ohne lose Teile ermöglichte. „Wir denken immer weiter – und machen. Für unsere Kunden zählen nun mal nur der beste Naturdarm und die beste und sicherste Technik für ihre Wurstproduktion“, so der geschäftsführender Gesellschafter Michael Hackner. Dieser Sicherheitsstandard folgt einer Reihe an Innovationen in der SilberPfeil-Technologie und basiert auf drei einfachen Lösungen:

- Alle Pipes sind mit knickbaren, flexiblen Endstücken ausgestattet. Umgeknickt ist der Darm sicher und fest fixiert, ausgeklappt kann der SilberPfeil-Pipe leicht auf die Führung zur Befüllung geschoben werden.
- Ein intelligentes Farbmanagement von Tubes, Pipes und Netzen gibt Aufschluss über Kaliber und Qualitäten – ohne zusätzliche Teile.
- Ein Barcode an jedem Gebinde ermöglicht die lückenlose digitale Rückverfolgbarkeit und erübrigt das Beilegen von Kontrollkarten. www.cds-hackner.de

SPM*Sun Products Därme mit Mehrwert

Die Palette der Gewürzdärme der Sun Spice-Produkte von SPM*Sun Products Vertrieb wächst. Sie eignen sich nicht nur für traditionelle Wurstwaren, sondern auch für neue Produktideen, z.B. Wurstersatzprodukte. So zaubern die Sun Spice Sevilla-Därme ihre Konsumenten mit einer leicht bitteren Orangenote im Nu an einen britischen Frühstückstisch mit landestypischer Marmelade. Sun Spice Sarasota vereint fruchtig, würzige Orange mit einer leicht scharfen Chili-Note und lässt vom Urlaub in Spanien oder Mexiko träumen. Die Sun Smoke CAS Därme mit CleanSmoke-Depot übertragen Rauchgeschmack und -farbe in einem Schritt und verlängern die Haltbarkeit ohne Gewichts- und Geschmacksverlust. Es gibt sie gerafft und als Abschnitte. Durch die Reduzierung der Rauchkammerbelegung lässt sich nicht nur die Produktivität, sondern auch die Nachhaltigkeit des Betriebes steigern. Die Produkte können im Hochbarriere-Darm gelagert und transportiert werden, eine Zweitverpackung entfällt. Das vermeidet Abfall und Kosten. Der neue Typ S065 ist ab sofort verfügbar. www.sun-products.de



Oskutex

Aus Bambus & Co.

Textilhüllen für Roh-, Koch- und Brühwurst als Abschnittware oder in geraffter Form, mit und ohne Druck, bietet Oskutex an. Aktuell stehen neben Eventcasings mit Ostermotiven nachhaltige Hüllen der Green Family-Serie im Fokus, z. B. NaloTX Bamboo, deren Grundmaterial aus Bambus



besteht. Sie weisen laut Unternehmen ein hervorragendes Reifeverhalten und eine gute Schälbarkeit auf. Aus biologisch angebauter Baumwolle hergestellt ist NaloTX green und setzt ökologische Akzente, die bei den Verbrauchern eine immer größere Rolle spielen. Die Betex-Produktlinie umfasst Betex RS, einen Textildarm aus einem Zellwollgewebe mit spezieller Beschichtung zur Herstellung von Rohwurst, sowie Betex K, KB und KDB für Koch- und Brühwurstprodukte. Die Nalo Spice-Wursthüllen sorgen mit ihren Würzungen geschmacklich für Abwechslung. www.wursthuelen-shop.de

Fotos: CDS Hackner, SPM*Sun Products, Oskutex



NOVEMBER 2022
wohlfühl snacks
gute laune tanken

Das grobe SNACK STAR® Branchen-Battle

NEU: Ein Wettbewerb für Metzgerei, Bäckerei & Gastronomie.

NEU: Die Finalisten treten live gegeneinander an.

Jetzt neu mit UNSEREN PROFI-PATEN!



**PROFI-PATE GASTRO
SIMON KOLAR**



**PROFI-PATIN BÄCKER
CAROLINE BOSSELMANN**



**PROFI-PATE METZGER
GATHARINA POLITZ**

Mehr Infos unter:
www.homann-snackstar.de

Mit freundlicher Unterstützung durch:



VOM GLÜCK DER NUTZTIERE

Mit der Kampagne #tierglueck möchte sich Land.Luft, das Landwirtschaft-Startup der Lindner Group, noch deutlicher vom konventionellen Fleischmarkt abgrenzen und die Einzigartigkeit der Freilandtierhaltung und Weideschlachtung hervorheben.

Es ist ein Anblick, den viele heute nicht mehr kennen: Schweine auf der Weide. In Leberfing im Landkreis Rottal-Inn dürfen sie nicht nur auf die Weide raus – sie verbringen ihr ganzes Leben dort, auch im Winter. Von der Geburt bis zur Schlachtung. Begleitet man Josef Straubinger, Geschäftsführer von Land.Luft, beim Spaziergang zwischen den Weiden glaubt man ihm sofort, wenn er sagt: „So sehen glückliche Schweine aus.“ Doch wie überzeugt man noch mehr Menschen davon, dass die Tiere hier glücklich sind? Dass es eine Alternative zur konventionellen Massentierhaltung gibt? Mit einer Kampagne die in einem Wort zusammenfasst, um was es hier geht: Tierglück. Mit dem Begriff soll künftig für die besondere Tierhaltung und Schlachtung geworben werden. „Auch wenn unsere Rinder und Schweine Nutztiere sind, dürfen sie bis zum letzten Tag ein schönes und glückliches Leben haben“, erklärt Brandmanagerin Isabella Wieselhuber. Selbst die Schlachtung laufe angst- und stressfrei ab, verspricht sie. Dazu hat das Unternehmen einen Schlachthanfänger entwickelt, mit dem die Tiere auf der Weide geschlachtet werden können,

im Beisein ihnen bekannter Landwirte. Nach der Schlachtung wird das Fleisch in der hofeigenen Metzgerei nach traditionellem Handwerk weiterverarbeitet. Auch hier geht man mit Achtung vor dem Tier an die Arbeit, erklärt Metzgermeister Andreas Reiser: „Wir sind es den Tieren schuldig, dass wir das Beste aus Ihrem Fleisch machen“. Isabella Wieselhuber ergänzt mit Überzeugung, Tierglück könne man schmecken. Wie das schmeckt, können Gäste und Kunden im Bio-Restaurant am Hof entdecken. Zudem gibt es das Fleisch in der eigenen Metzgerei, auf verschiedenen Wochenmärkten in Niederbayern und im Online-Shop.

Auch Abnehmer im Firmenverbund wie Kantine, das Parkwohntstift und Schlossbräu Maria-Kirchen werden beliefert.

TIERWOHL AUCH IN RUMÄNIEN

Das Startup weitete sein Engagement für verantwortungsvolle Tierhaltung und tiergerechte Schlachtung nach Siebenbürgen aus. Nach seinen Prinzipien wird auch dort hochwertiges Rindfleisch produziert. Nach der Schlachtung wird das Fleisch mit derselben Achtung und dem handwerklichen Können wie am Stammsitz in Leberfing veredelt und weiterverarbeitet. „Stolz sind wir auf das

Warmbrätverfahren, das es uns ermöglicht, Wurstwaren komplett ohne den Zusatz von Phosphaten herzustellen“, sagt Andreas Reiser. Prekäre Arbeitsverhältnisse passen nicht ins Konzept. Dazu stehen die rumänischen Metzger in engem Austausch mit ihren deutschen Kollegen und lernten bei Aufenthalten in Niederbayern die Besonderheiten der Land.Luft-Produktion kennen. „Wir können in unserer Heimat arbeiten, dort wo wir aufgewachsen und unsere Familien sind“, freut sich Metzger Ciprian Gurza.

Etwa 300 Rinder, braune und schwarze Angus, stehen auf den weitläufigen Weiden rund um Satu Mare. Zur Schlachtung des ersten

Rindes reiste Andreas Reiser dorthin, um sich davon zu überzeugen, dass das Schlacht-Verfahren den gewohnten Standards entspricht. Er war von den Bedingungen vor Ort angetan. Auch die Fleischqualität bringt ihn zum Schwärmen: „Wenn die frischen Rindsbratwürste nach unserer Rezeptur schon so gigantisch schmecken, kann ich die Reifezeit der Edelteile kaum abwarten.“ Auf Dauer sollen die Wurstwaren auch lokal verkauft werden. www.landluft.bio, www.tierglueck.landluft.bio



Fotos: Land.Luft, Mike König



TECHNOLOGY!

NO SECRET – JUST VEMAG!

Wer sein Fleisch beim Metzger kauft, erwartet Qualität, Tradition und Fortschritt gleichermaßen: Echte Handwerkskunst und hausgemachte Spezialitäten treffen auf zeitgemäßen Kundenservice und moderne Technologien.

Damit Sie sich auf beste Produktqualität und freundlichen Service konzentrieren können, sorgen wir für die passenden Maschinen und Vorsatzgeräte.

VEMAG: Das Aushängeschild für Ihren Metzgereibetrieb!

handwerk.vemag.de · e-mail@vemag.de

VISIT US

ANUGA
Halle 6 Stand D10
IFFA
Halle 8 Stand B04





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

Im Interview schildert Michael Proksch, technischer Anwendungsberater bei EFA Schmid & Wezel und gelernter Metzger, wie es gelingen kann, tierwohlgerecht zu betäuben.



Michael Proksch hat vor seiner Tätigkeit bei EFA Schmid & Wezel acht Jahre im Metzgerberuf gearbeitet. „Das Tierwohl liegt mir am Herzen, weil ich quasi mit den Tieren im Umfeld der Oberpfalz aufgewachsen bin“, betont er.

Herr Proksch, bei EFA sind Sie seit fast fünf Jahren und mittlerweile Spezialist beim Thema Betäubung. Warum? Meine Expertise beim Thema tierwohlgerechte Betäubung kommt daher, da wir lange nach einem Partner suchten, der einen elektrischen Betäuber nach unseren Wünschen und Vorgaben bauen konnte. Ziel war es, Kunden ein System zu liefern, das sie benötigen, um das Handwerk im Einklang mit dem Tierwohl durchzuführen.

Was können die EFA-Geräte, was andere nicht können? Inwiefern spielen sie eine Rolle?

Die elektrischen EFA-Betäuber sind individuell einstellbar und berücksichtigen die jeweiligen Einflüsse, die auf die Tiere und das Betäubungsergebnis einwirken. Das sind z. B. Größe, Gewicht, Alter, Rasse, Aufzucht und Zustand des Tieres. Je nach Rasse und Aufzucht muss die Stromstärke entsprechend justiert werden, um eine hohe Fleischqualität zu erhalten. Das macht sich sofort nach der ersten Referenzbetäubung, die mit dem Standardprogramm stattfindet, bemerkbar. Nach dem Transport kommt es auch auf die Feinabstimmung von Betäubungsdauer und Stromstärke an. Die Tiere sollen nicht leiden und die Fleischqualität hochwertig sein.

Foto: EFA Schmid & Wezel

Warum mögen Veterinäre den VBE 6?

Zum einen sind bis zu vier Fehlerarten bei der Betäubung ermittelbar. Das hilft, den Vorgang zu perfektionieren und eliminiert die Fehlerate. Bei sachgemäßer Anwendung liegen die Tiere sofort ruhig und zeigen keine Augenreflexe mehr. Darauf legen Veterinäre einen großen Wert.

Was hat es mit der mobilen elektrischen Betäubung auf sich?

Die mobile Lösung ist das Standardgerät auf Rädern. Es läuft im Akkubetrieb und verfügt über ein zusätzliches Tötungsprogramm: Im Einsatz ist es bei einer schnellen Notbetäubung von verletzten Tieren oder der Tötung bei Seuchensituationen in Ställen. Mittlerweile haben wir Metzgergemeinschaften als Kunden, die eine mobile Lösung möchten und sich gemeinsam die VBE6 M kaufen. So können sie den aktuellen Anforderungen nachkommen und sich die Kosten teilen.

Wie sieht das bei Rindern aus?

Rind, Kalb und Büffel werden mit einem Bolzenschussgerät betäubt. Es gibt dafür zwei Arten: Antrieb durch Treibladungskartuschen oder durch die Pneumatik ausgelöster Bolzen. Das pneumatische System wird eingesetzt, wenn eine Fixierung vorhanden ist und eine Vielzahl an Betäubungen ansteht.

Wie wird dabei auf das Tierwohl geachtet?

Vor das System wird eine Druckluftüberwachung mit Aufzeichnung vorgeschaltet. Diese prüft vor dem Auslösen des Bolzens, ob genug Druck vorhanden ist, um eine tiefe Betäubung zu gewährleisten. Nur bei ausreichend Druck löst das Gerät den Bolzen aus. Die Daten über den Vorgang bei jedem Tier werden mittels Tablet oder PC aufgezeichnet. So können sie ausgelesen und bewertet werden.

Wie ist das bei einem Bolzenschussapparat, der mit Kartuschen betrieben wird?

Hier wird nach Kartuschenstärke und Länge des Bolzens unterschieden. Bei einem Wasserbüffel z. B. benötigt der Anwender ein Gerät mit einem Bolzen von mindestens 140 mm Länge und einer Kartusche von mindestens 6 g Treibladung, für eine tierwohlgerechte Betäubung. Es gibt dafür eine Tabelle mit entsprechenden Übersichten. Die Auswahl ist breitgefächert, da auch die Möglichkeiten vor Ort unterschiedlich sind, etwa bei der Hof- und Weideschlachtung. Natürlich kommen zwei weitere wichtige Faktoren für eine tierwohlgerechte Betäubung hinzu: das Können des geschulten Anwenders und ein funktionstüchtiges Gerät. Diese Apparate sind in regelmäßigen Abständen einer TÜV-Inspektion vorzulegen.

Im Profil

Die Firma Schmid & Wezel GmbH, seit 1919 in Maulbronn, produziert seit über 90 Jahren immer am Puls der Zeit technisch, qualitativ und ergonomisch ausgelegte Maschinen für den Bereich Betäubung, Halbierung, Zerlegung und Veredelung. www.EFA-Germany.de



GUT GLUT! FLAMME AN!

Grillen ist zum Lifestyle geworden. Nicht nur Männer fachsimpeln über Steak-Cuts, die Brennerleistung beim High-Tech-Grill oder den schmackhaftesten Rub zum Würzen. Vorlieben für gute Lebensmittel und Grilltechnik gehen hier Hand in Hand.

Jeder Metzger bzw. Fleischer, der noch näher an seinen Kunden sein möchte, nutzt Gelegenheiten, mit Grillseminaren oder -workshops – in Pandemie-Zeiten natürlich mit gesetzmäßig konformer Teilnehmerzahl – zu punkten und diese langfristig zu binden. Dafür nehmen leidenschaftliche Grillfans dann auch einmal eine weite Anfahrt auf sich, um am Know-how des Metzgers des Vertrauens teilzuhaben. Wer als Metzger oder Mitarbeiter aus dem Fleischerhandwerk zum Thema noch mehr Wissen aufbauen sowie Tricks und Kniffe von erfahrenen Grillprofis lernen möchte, kann sich seit August 2020 an der *Fleischerschule Augsburg* zum „Zertifizierten Grillmeister – Masterclass“ weiterbilden. Und auch die *1. Bayerische Fleischerschule in Landshut* hieß Anfang März 2022 die ersten Absolventen*innen willkommen, die zu Zertifizierten Grillexperten (BFS) ausgebildet wurden. So weit, so gut!

Doch welche Grills eignen sich am besten dafür? Fleischermeisterin Janet Bingener von der *Fleischerei Bingener* in Kreuztal im Siegerland ist bisher mit Modellen der Napoleon-Serie Prestige zufrieden, die mit Propangas betrieben werden. Beim „*Original Sonsbecker Grillmeister*“ und Fleischermeister Christian Holz, der im Juni 2021 neben seinem etablierten Grill-

Foto: Colourbox.de

service eine Event-Metzgerei eröffnete, sind unter anderem die Gasgrills „Steer“ und „Angus“ von Bull im Einsatz, die er im Grillfachhandel erwarb. „Gewerbliche Kunden kaufen in der Regel Gasgrills, da sie in kurzer Zeit schnell hohe Temperaturen erreichen und sicher zu bedienen sind. Sie können sich bei uns als B2B-Kunden registrieren und erhalten entsprechend andere Preise als ein Endkunde“, bestätigt Joachim Weber, einer von zwei Geschäftsführern von Deutschlands größtem Grillfachhändler *Grillfürst*, dessen Megastore im osthessischen Bad Hersfeld flächenmäßig der größte der neun Standorte ist. 2021 feierte der Fachhändler sein zehnjähriges Bestehen.



Längst ist das Grillen keine reine Männerdomäne mehr. Auch Burger-Patties werden immer beliebter.

GEMEINSAM NACHHALTIG

Dort kam auch die Zusammenarbeit mit Fleischermeister Alexander Macheledt (*Sippel Beef*) aus Schenklingfeld zustande, der seit 2014 zunächst als regional ansässiger Betrieb Fleisch für die Grillfürst-Grillseminare lieferte, so ein langjähriger Partner wurde und sich mit eigenen Grill-Events ein weiteres lukratives Standbein

für seinen Betrieb schuf. „Bis vor Corona hatten wir 4.000 Teilnehmer in unseren Grillseminaren. Aktuell ruht dieser Bereich, aber im Jahr 2023 soll es weitergehen“, sagt Joachim Weber.

„Das Thema Grillen ist überall wo Lebensmittel gekauft werden von Interesse. Wir haben drei Absatzwe-

ge: unsere stationären Läden, den Online-Shop sowie Kooperationen. Ein Beispiel dafür ist die mit der *Großmetzgerei Robert Müller*, die auch in vielen Rewe-Märkten vertreten ist. Dort bestücken wir Zubehör-Regale“, erklärt er weiter. Das Thema Grillen an sich hat sich in den vergangenen zehn bis 15

Jahren enorm entwickelt. Gab ein Kunde damals 200 Euro für einen Grill aus, sind es heute im Schnitt 1.000 Euro. „Es wird viel mehr auf die Technik geachtet, ebenso auf gesundes Grillen sowie auf das was auf den Grill kommt“, sagt er. Ein weiteres heißes Eisen im Feuer ist das Thema Nachhaltig-

Foto: Grillfürst

Würz' dich durch den Sommer

Grillgewürze
und viel mehr:
cutt.ly/beck2022



Beck
Gewürze und Additive

Beck Gewürze und Additive GmbH
Tel. +49 9153 9229-0
www.beck-gewuerze.de

IFFA 2022: 14.-19.5.2022
Halle 12.1
Stand B80



AVO-Werke



Beck Gewürze und Additive



Grillfürst GmbH

2011 gegründeter Grillfachhändler mit neun Shops in Bad Hersfeld, Singen, Kassel, Höhenkirchen-Siegertsbrunn bei München, Dormagen, Gründau bei Frankfurt/Main, Senden, Hamburg und Ebikon (CH). Über 6.000 Produkte von rund 80 Marken. Auszeichnungen als „Kundenkönig“ und „Deutschlands Bester Online-Shop“. Zur Eigenmarke zählen Gasgrills, Smoker und Dutch Oven, Zubehör wie Grillbesteck oder Pizzasteine sowie Rubs, Saucen und sogar ein eigener Gin. Online können sich die Kunden in einem Magazin, Videos sowie ausführlichen Beschreibungen über die Artikel informieren und erhalten Tipps für die Praxis. www.grillfuerst.de.



Joachim Weber, einer von zwei Geschäftsführern der Grillfürst GmbH

keit, das sich auch am gestiegenen Bewusstsein der Verbraucher in puncto Lebensmitteleinkauf festmachen lässt, so der Geschäftsführer. „Ich heize mein Haus mit Pellets, fahre 40.000 km im Jahr mit Strom vom eigenen Hausdach und bin ein Fan von Pelletgrills. Einen solchen habe ich schon vor 20 Jahren in den USA gekauft, da ich nicht nur mit Gas und Kohle grillen wollte“, betont er.

Und so verwundert es auch nicht, wenn er sagt, dass sich die generelle Nachfrage in seinem Unternehmen nach Pelletgrills in den vergangenen Jahren jedes Jahr verdoppelt hat. Deshalb gibt es bei Grillfürst einen Pelletgrill der Eigenmarke mit einer vollautomatischen Steuerung zum Grillen und Smoken. In der ersten Jahreshälfte wird es dann wohl auch die ersten „grünen Grills“ geben, 16 Stück an der Zahl der Eigenmarke, CO₂-neutral hergestellt, die Produktions- und Nutzungsprozesse sind von externer Stelle glaubhaft auditiert. Zur Eigenmarke zählen neben den Grills ein vielfältiges Portfolio an Grillzubehör sowie Gewürze, deren Trends und Geschmacksneuheiten nachfolgend vorgestellt werden.

MARINADEN-TRENDS

Pink, schrill und crunchy auf den Grill – die neue Lafiness Premi-

um-Marinade Pink Pepper der AVO-Werke lässt aufhorchen. Deren Basis ist roter Pfeffer – für Experten besser bekannt als Schinusfrucht der brasilianischen Pfefferbäume – der eine feinwürzige Note auf Fleisch, Fisch oder Gemüse zaubert. On top bildet sich durch die schonend gefrosteten und fein granulierten Körner bzw. Beeren der Frucht ein Crunch, den man beim Reinbeißen ins Grillgut nicht nur spürt, sondern auch hört. Wie alle Produkte dieser Range dienen Meersalz, feine Gewürze und hochwertiges Rapskernöl als Grundzutaten. Weitere – nicht vegane – Cremes aus dem Sortiment gesellen sich dazu: Basic-creme Classico Gourmet, Topico Gourmet, Florida Gourmet und Pusztá Gourmet. Ob mit oder ohne Fleisch, ob Spargel-, Süßkartoffel-Avocado- oder Kartoffelsalat mit Black-Garlic-Dressing, alle Rezeptvorschläge lassen sich mit eigenen Ideen kombinieren.

Mit einer vielfältigen Auswahl an Marinaden und Grillgewürzen wird auch Beck Gewürze und Additive seinen Platz auf den Grilltellern 2022 finden, z. B. mit drei Marinaden der SoftFix-Ränge. Die Sorte Rosmarin Rustikal eignet sich für dunkles und helles Fleisch sowie Fisch und Gemüse. Diese enthält neben Rosmarin, Pfeffer, Paprika, Zwiebel

und Knoblauch kleine rosa Beeren, die auf dem Grillgut für eine besondere Optik sorgen.

Für Grilladen mit Trüffelgeschmack gibt es die Marinade Trüffel Aroma, die fein dosiert werden sollte. In der ausbalancierten Mischung sind weißer Pfeffer, Ingwer und Knoblauch kombiniert, um dem Aroma des Edelpilzes eine würdige Bühne zu geben. Bei der Variante Chillie Cheese zergeht zuerst Cheddar auf der Zunge bevor Jalapenos, Chilis und Paprika ein sanftes Feuerwerk dezent-scharfer Geschmackssensationen entfachen. Sie peppt vor allem Burger, Schweinefleisch und Grillgemüse auf. Grob gemahlener schwarzer und grüner Pfeffer, Zwiebel, Knoblauch sowie eine Rosmarin-Note kennzeichnen das Grillgewürz „BeckWürz SteakTraum“, das nicht nur für Pfeffersteaks aufpimpt. Einen Knusper-Effekt beim Fleisch bewirkt der „BeckWürz Knusperwürzer“ mit Paprika, Salz, Pfeffer, Zwiebel und Kümmel. Mit dem Cheese Onion Dip, einer Komposition aus Cheddar, Zwiebel, Paprika, Schnittlauch und Knoblauch, gelingt rasch ein würziger Dip mit Joghurt oder Quark.

Um die beiden Würzmarinaden Lemon Hops BBQ und Summer BBQ der Marke Gewürzmüller erweitert Frutarom Savory Solutions

die Pure Oil-Range, die mit Rapsöl anstatt zugesetzten Palmöl und gehärteten Fetten auskommt. Bei der grünen Marinade Lemon Hops BBQ sorgen Ingwer, Zitrone und herber Hopfen für neue Geschmacksnuancen auf dem Teller. Sie passt zu Rind, Lamm, Geflügel, Schwein und Gemüse. Zitrone, Zitronengras, gelbe Kurkuma und fruchtiger Paprika kennzeichnen die Variante Summer BBQ und verfeinern Geflügel, Fisch, Gemüse, Schwein und Rind. Die beiden Neuen sind ebenso einfach zu verarbeiten und schützen das Grillgut vor dem Austrocknen wie die bekannten Pure Oil-Sorten Louisiana, Pflaume & Ingwer sowie Oriental BBQ. Bei Louisiana steuern Paprika, Zwiebel und Pfeffer den typischen BBQ-Geschmack bei. Die fruchtig-würzige Sorte Pflaume & Ingwer beinhaltet auch Paprika und weist eine rauchige Note auf. Orientalisches Flair zaubert die Sorte Oriental BBQ auf den Grillrost. Anis, Zimt und Piment sorgen für einen abgerundeten Geschmack.

RAFFINIERT IM GESCHMACK

Grillen zählt zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen der Deutschen. Viele Verbraucher haben, durch die Corona-Pandemie befeuert, ihre Grillausrüstung bis hin zur Outdoor-Küche ausgebaut.



ENTRECÔTE MIT HONIG-WHISKY-SOJA-GLAZE

Zutaten: (für 4 Personen)

- 2 Zucchini ■ 2 rote Paprika ■ 400 g Kartoffeln (Drillinge)
- 2 EL Rapsöl ■ 5 EL Kikkoman natürlich gebraute Sojasauce
- 250 g Honig ■ 2 Thymianzweige ■ 2 Prisen Pfeffer, geschrotet
- 4 cl Whisky ■ 1 kg Entrecôte ■ 1 Rosmarinzweig

Zubereitung:

Zucchini waschen und in fingerdicke Scheiben schneiden. Die Paprika waschen, am oberen Viertel abschneiden, die Kerne entfernen und ebenfalls in Scheiben schneiden. Kartoffeln waschen und halbieren. Alles in eine große Schüssel geben, mit Rapsöl vermischen und grillen. Das gegarte Gemüse mit 2 EL Sojasauce würzen. Den Honig in einen Topf geben, mit 3 EL Sojasauce vermischen und alles einmal aufkochen. Danach vom Herd nehmen. Thymianzweige waschen, trocknen und zupfen. Das Honig-Soja-Gemisch mit Thymian, Pfeffer und Whisky abschmecken. Entrecôte grillen und mit der Honig-Whisky-Soja-Glaze bestreichen. Rosmarin waschen und gegebenenfalls zupfen. Grillgemüse und Entrecôte zusammen anrichten und mit Rosmarin garnieren.

American BBQ, kreative Beef-Cuts, New Cuts vom Geflügel oder ein gutes Stück regional erzeugtes Fleisch sind auch in diesem Sommer beliebte Speisen auf dem Grillrost. Für Abwechslung und geschmackliche Vielfalt setzen Fleischereien gerne Marinaden ein, z. B. von Hagesüd Interspace. Neu im 23 Sorten starken Mariniersoft®-Sortiment, das regionale Klassiker sowie Marinadenumfasst, ist die mediterrane Sorte Thymian-Zitrone. Sie kombiniert die provenzalische Note des Thymians mit der süß-sauren Frische der Zitrusfrucht und sorgt so für einen raffinierten Geschmack. Schlank in der Deklaration kommt sie ohne den Zusatz von Mononatriumglutamat sowie Allergene aus. Sie passt zu Schwein, Geflügel, Fisch, Grillgemüse oder Grillkäse.

Die Marinol-Marinaden von Lay Gewürze sind hochkonzentriert, d. h. es genügt eine niedrige Anwendung – ohne Verlust an Geschmack. Das zum Würzen verwendete Marinadenfett zieht in das Fleisch ein und tropft beim Grillen nicht in die Glut. Neu im Sortiment sind hier die Varianten Chili/Ingwer und Bunter Pfeffer. Die orange-rötliche Farbe und feine Chili-Flakes von Chili/Ingwer verfeinern Kurzgebratenes von Schwein und Geflügel und ziehen

Foto: Develey Food Service/Kikkoman

Hagesüd –
Kompetenter
Partner
des Fleischer-
Handwerks
seit 1881

NEU: MARINIERSOFT®
Thymian Zitrone oG + oA

**Die ganze Welt
des Würzens**

- Gewürze
- Gewürzmischungen
- Marinaden und Gewürzsaucen
- Convenience und technologische Wertstoffe
- Food Service
- Seminare und Anwendungs-Ideen

Member of QUINA Group

HAGESÜD INTERSPACE Gewürzwerke GmbH
 Saarstraße 39 · 71282 Hemmingen · Telefon 07150/94260 · www.hagesued.de · E-Mail: info@hagesued.de

Hagesüd ·
 HagesuedInterspace ·
 YouTube



Würziges aus einer Hand

Develey Food Service bietet ein Markensortiment ungekühlter Produktkategorien von Portionsbeuteln über 875-ml Dosierflaschen bis hin zu Eimern und Dispensern: Senf (Develey, Bautz'ner, Löwensenf) & Meerrettich (Koch's); Ketchup, Mayonnaise & Remoulade (Develey, Bautz'ner); Dressing (Develey); Saucen & Aufstriche (Develey, Bautz'ner, BBQE, Löwensenf) & Würzsaucen (Tabasco, Kikkoman); feinsaure Delikatessen (Develey, Bautz'ner, Specht) und Tortillas (Funtastic). Seit Jahren legt das Unternehmen Wert auf nachhaltiges Wirtschaften und wurde 2020 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Die Senf-Range sowie die Klassiker Ketchup und Mayonnaise sind klimaneutral. www.develey-foodservice.de



LUST AUF MEHR MACHEN

Im Interview spricht Dirk Freyberger, Teamcaptain des Butcher Wolfpack – WBC Team Germany, über Grilltrends sowie die Bedeutung von Events zur Kundengewinnung und -bindung.

Wie kam die Zusammenarbeit mit dem Develey Food Service beim "Grill-Rezept-Folder 2021" zustande?

Wir – das Butcher Wolfpack – nehmen im September 2022 wieder an der World Butchers Challenge teil, Develey ist seit 2019 unser Partner dafür. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit haben wir die Rezepte und Grilltipps von Profis für Profis entwickelt, die in einem Folder zusammengefasst sind (www.develey-foodservice.de/folder/rezepte/).

Welche Trends zum Thema Grillen sehen Sie 2022?

Für dieses Jahr sehe ich eine Fortsetzung der großen Grilltrends, die sich als stabil am Markt erwiesen haben. Dazu gehört zum einen die Fleischqualität, die anhand regionaler Herkunft, spezieller Marmorierung und handwerklich einwandfreie Cuts von BBQ-Genießern bewertet wird. Für einen nachhaltigen Fleischgenuss wird auch der Nose-to-tail-Ansatz weiter an Bedeutung gewinnen. Darüber hinaus wird auch Veggie-Grillen ein Thema sein – ein Megatrend, den auch wir als Fleischer mitdenken sollten.

Wie beurteilen Sie die Bedeutung von Fleisch und die dazu passenden Saucen, Toppings, etc. beim Grill-Event?

Anfangen bei der Wahl der Marinade über das perfekte Finish bis hin zum Dip für das fertige Grillgut – Saucen ermöglichen zahlreiche Aroma-Kombinationen bei ein und demselben Fleisch, das macht sie für das Grillen so spannend.

Welche Bedeutung haben Grill-Events/-seminare/-workshops für das Metzgerhandwerk?

Grill-Events o. ä. sind eine Super-Option zur Gewinnung und Bindung von Kunden. Das gemeinsame Rundum-Erlebnis macht Lust auf mehr und sensibilisiert die Kunden hinsichtlich Fleischqualität und -herkunft. **Vielen Dank für das Gespräch!**

Butcher Wolfpack – WBC Team Germany 2022

Aktuelle Mitglieder: Dirk Freyberger (Teamcaptain), Michael Moser, Jörg Erchinger, Matthias Endrass, Jürgen Reck, Katharina Bertl, Werner Braun, Michael Keller, Martin Jäntsche, Julia Böbel, Ina Endrass, Fabian Schüttler, Simon Gräther und Holger Fricke. www.butcherwolfpack.de



Frutarom Savory Solutions

die Blicke in der Theke auf sich. Bunter Pfeffer spielt mit den Aromen verschiedener Pfeffersorten. Das leicht transparente Gewürzöl bringt durch seinen Glanz die Anteile an Shinus, grünem, weißem und schwarzem Pfeffer gut zur Geltung. Die harmonische abge-

stimmte Würzung passt zu Steaks oder Cuts vom Rind sowie zu Lamm. Für Lammfleisch am Spieß eignet sich die Trockenwürzung Marisecco Jerk Seasoning „Jamaika“ zur direkten Anwendung oder, mit einem Würzöl kombiniert, als Marinade.



Hagesüd Interspace

Die zweite Neuheit dieser Range ist Marisecco Joghurt mit einem Anteil Joghurtpulver. Die milde Würzung rundet helle Fleischsorten ab. Die trockene Grillwürzung Magic schließlich enthält tiefrotes Granulat von Sumach, der reifen Frucht des Essigbaums. Die leicht

säuerliche, frische Note unterstützt das Aroma aus Paprika, Zwiebel, Thymian, Curry und Knoblauch, ohne zu dominant zu wirken. Mit einer komplett neu neu entwickelten Marinadenlinie, den Quicksoft Pure Würzmarinaden, inspiriert Nubassa zu vielfältigen

Fotos: Frutarom Savory Solutions, Hagesüd Interspace

MOGUNTIA FOOD GROUP

Flavoursome solutions since 1903

Sie haben **quietschenden Halloumi Käse** satt?

Dann probieren Sie unseren **M1250 15 | Brat- und Grillkäse Compound!**

- ✓ **All-in-one Lösung:** Gewürz + Technologie
- ✓ Viele **Produktvariationen** möglich
- ✓ **Chargengerechter Beutel** für handwerkliche Betriebe

Grundrezept:



Vielfältige
Rezeptideen hier:



Besuchen Sie uns online unter: www.moguntia.com



Lay Gewürze



Moguntia Food Service



Nubassa



Raps

Kreationen. Bei der Entwicklung standen alternative Ernährungstypen mit hochwertigen und nachhaltigen Inhaltsstoffe im Mittelpunkt. Daher enthalten die Marinaden kein Palmfett, Zusatzstoffe, Allergene, E-Nummern, Würze, Hefeextrakte und Aromen. Die Range basiert auf Rapsöl mit besonders viskosen Eigenschaften. Alle Quicksoft Pure-Produkte sind laut Hersteller ansprechend in der Optik, haften hervorragend und punkten durch eine geringe Zugabemenge. Schwarzen und weißen Pfeffer, Lavendelblüten, Muskat und Kräuter enthält die Variante Pure Magic Pepper CL/AF. Feurig und scharf schmeckt das Grillgut mit den Sorten Pure Dragon Spice CL/AF und Pure Hot

BBQ CL/AF. Typisches US-BBQ-Feeling mit einer süß-rauchigen Note bringt Pure Sweet BBQ CL/AF mit Honig, Chili und Paprika auf den Teller. Einen Hauch französisches Flair für exquisite Grillspezialitäten schließlich zaubert die Marinade Pure Herbs & Wine CL/AF auf den Gaumen.

RUBS & KÄSE

Acht neue Rubs führt Raps ein und bringt so internationale Geschmäcker auf den Grill. Die groben Gewürze der streufähigen Trockenmischungen sind auf dem Grillgut gut sichtbar. Sie bestehen aus natürlichen Zutaten ohne deklarationspflichtige Zusatzstoffe.

Hier drei Beispiele: Der Rose Meets Malabar Pepper Rub greift den Botanical Food-Trend auf. Grüner Malabar-Pfeffer aus einem kleinen indischen Anbaugelände wird für ein aromatisch-liebliches Geschmackserlebnis mit Rosenblättern und Ingwer kombiniert. Hanfnüsse, Schwarzkümmel und Sesam im Peruvian Rub stehen für die traditionelle peruanische Küche, während Buschkräuter und Zitronennote im Rustic Bush Rub südafrikanischen Grillstyle erlebbar machen. Fenchel, Zimt, Chili, roter Kampot-Pfeffer aus Kambodscha oder geräucherte Gewürze sind weitere exklusiven Zutaten in den Rubs. Der verwendete braune Demerara-Zucker weist große Kristalle und eine feine Karamellnote

Beck Gewürze und Additive



auf und sorgt auf dem Grillgut für eine schöne Kruste. Egal ob Steak oder größeres Fleischstück: Das gewählte Gewürz wird gleichmäßig, großzügig verteilt und einmassiert. So können die Aromen ideal aufgenommen werden. Durch die Rubs brennen Grilladen nicht so schnell an. Rezeptideen gibt es auf der Plattform „myRAzept“.

Damit Grillkäse auch in Theken des Fleischerhandwerks Einzug halten kann, präsentiert *Moguntia* einen Brat- und Grillkäse Compound. Das Präparat gibt es in einer Charge von 1,840 kg, mit der 40 kg Grillkäse hergestellt werden können. Das Endprodukt ist laut deutscher Käseverordnung (KäseV) ein Erzeugnis aus Käse und als solches zu deklarieren. Mit der All-in-one-Lösung kann das Käseerzeugnis im Kutter oder der Küchenmaschine – mit der Zugabe von geriebenem Käse – erfolgen. Die Basis ist Schnittkäse (70 % Käse), hinzu kommen 20 % Scherbeneis, 10 % Sahne und 46 g/kg des Compounds. Beim Kuttern sind kein zusätzliches Salz, Phosphat oder andere Zusatzstoffe nötig. Die hergestellte Masse lässt sich durch Untermischen von Gemüsebestandteilen, einer Marinade o. a. Zutaten abwandeln. Nach dem Mischvorgang in Sterildärme abfüllen, auf 72°C Kerntemperatur erhitzen und in Scheiben verkaufen. Auch ein Garen in Fleischkäseformen im Backofen ist möglich. Varianten sind etwa roter Chili-Grillkäse oder mediterraner Kräuter- und Tomatenpaprika Grillkäse. Das Käseerzeugnis quietscht nicht, bildet durch die enthaltene Dextrose eine karamellierte Kruste und klebt auf dem Grillrost nicht an. Der Compound ist auch als Zutat, etwa für eine geräucherte Käsewurst, einsetzbar.

Zur Herstellung von Convenience-Produkten mit Käse, z. B. BBQ-Talern, eignet sich seit 2021 auch der Grundcompound „BeckEmulsan BBQ Taler“ von Beck Gewürze



FLAT IRON ROLLS AM SPIESS

Zutaten: (für 10 Portionen)

- 5 Flat Iron Steaks
- Salz ■ 400 ml Develey Mittelscharfer Senf
- 125 ml flüssiger Honig
- 3 TL grob zerstoßener schwarzer Pfeffer
- 2 TL Thymian (getrocknet)
- 10 Schaschlikspieße
- 10 TL brauner Zucker

Vorbereitung:

Marmorierte Flat Iron Steaks (Form: Abdruck eines Bügeleisens), sind einer der zartesten, geschmackvollsten Steak Cuts des ganzen Tieres. Die Steaks in der Mitte teilen, sodass zehn gleichmäßige Platten entstehen. Das Fleisch salzen. Senf mit Honig, Pfeffer und Thymian verrühren. Diesen Mix gleichmäßig auf den Fleischplatten verteilen. Fleisch einrollen, Rollen halbieren und je zwei Rollen auf einen Schaschlikspieß stecken, mit Salz und Zucker würzen.

Zubereitung:

Grill für direktes und indirektes Grillen vorbereiten und auf 150°C vorheizen. Flat Iron Rolls in der direkten Grillzone von allen Seiten scharf angrillen, bis sie goldbraun sind. Röllchen 10 bis 12 Minuten in der indirekten Zone ziehen lassen. Oder: Kombidämpfer auf 180°C vorheizen. Flat Iron Rolls 50 Minuten garen, 15 % Luftfeuchtigkeit einstellen und zehn Minuten weiter braten. Dazu passen mit Sweet Chili Sauce gewürzte Kartoffel-Wedges und in Olivenöl mit Knoblauch und Meersalz gebratene Pimientos.

und *Additive*. Das Pulver schafft ein stabiles Bratverhalten mit einem saftig-weichen Kern. Optisch ansprechend dekoriert für die Theke und verfeinert werden die Taler etwa mit den Dekor-Würzungen des Unternehmens.

Doch das ist längst noch nicht alles für 2022: Sicher gibt es auf der IFFA in Frankfurt am Main sowie danach viele weitere Geschmackserlebnisse zu entdecken. Denn: Die Glut für den Genuss lodert ganzjährig. *mtH*

Nützliche Links

www.avo.de
www.beck-gewuerze.de
www.frutarom.eu
www.gewuerzmueller.com
www.hagesued.de
www.lay-gewuerze.de
www.moguntia.com
www.myrazept.de
www.nubassa.de
www.raps.de

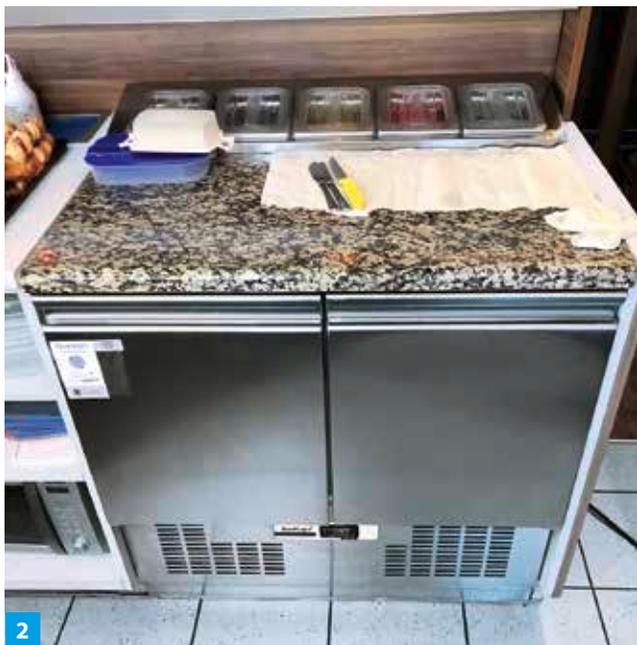
Iberduroc



Der König der
Marmorierung

VERBOTENE KÜHLGERÄTE

Sie stehen in vielen Betrieben des fleischverarbeitenden Gewerbes und Handwerks: Kühl- und Gefriergeräte für Lebensmittel. Seit Anfang 2022 verbietet eine EU-Verordnung einige davon. Für eine zukunftssichere Kältetechnik ist nun das Service- und Wartungspersonal gefragt.



- 1 Steckerfertige Geräte wie diese kommen auch im Fleischfachhandel häufig zum Einsatz. Seit dem 1. Januar 2022 müssen sie mit Low-GWP Kältemitteln betrieben werden.
- 2 Auch in der Peripherie, etwa in Vorbereitungsküchen, sind zuweilen steckerfertige Kühlmöbel im Einsatz, z. B. Saladetten.
- 3 Servicetechniker, etwa von Cool+Call prüfen Kälteanlagen gemäß der vorgeschriebenen Wartungspflicht in regelmäßigen Abständen.

Das Inverkehrbringen von gewerblichen Kühl- und Gefriergeräten (hermetisch geschlossene Einrichtungen) mit GWP ≥ 150 ist verboten“. So lautet sinngemäß der amtliche Wortlaut, den die EU- Kommission mit der F-Gase-Verordnung (EG) Nr. 517/2014 vor Jahren beschlossen hatte. Doch was bedeutet das für den Anlagenbau und vor allem für die Betreiber der Geräte?

In der Lebensmittelverarbeitung arbeiten zahlreiche Kühl- und Gefriergeräte mit hermetisch geschlossenen Kältekreisläufen rund um die Uhr. Das gilt sowohl im Verkaufsraum als auch im Lager an den Kühlzellen. Da der EU-Verordnungstext selbst Experten verunsicherte, welche Geräte genau betroffen sind, erbrachten erst Rückfragen mehr Klarheit. Es geht um Kühl- und Gefriertruhen, deren Kältekreislauf

werksseitig dicht verschlossen ist, die gewerblich verwendet werden und die (in der Regel) einen Stecker besitzen. Dazu gehören neben den klassischen Truhen oder Schränken auch Tiefkühlinseln, Eisvitriolen, oder Kühltruhen. Nicht gemeint sind Kühlaggregate an oder auf einer Kühlzelle.

Für die vorhandene Kältetechnik gilt der Bestandsschutz. Kühl- und Gefriergeräte, die in

die verbotene Kategorie fallen, müssen daher spätestens bei einer Störung ersetzt werden – was meist für Aufregung sorgt. Das zeigen die Erfahrungen, die die Servicetechniker der Cool+Call GmbH (Fellbach) bei ihren Einsätzen immer wieder machen. Dann nämlich läuft bei verderblichen Produkten wie Fleisch die Frische-Uhr, um schnellstens für Ersatz zu sorgen. Besser also Vorsorge treffen. Da Kälteanlagen mit synthetischen Kältemitteln der Wartungspflicht unterliegen, prüfen die ausgebildeten Spezialisten für Kälte- und Klimatechnik diese in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die eingesetzten Kältemittel akribisch dokumentiert. So ergibt sich im Laufe der Zeit ein guter Überblick, welche Kältesysteme rechtzeitig erneuert werden sollten.

STRENGERE VERORDNUNGEN ERWARTET

Die F-Gase Verordnung hat die Zukunft der Kühlmöbel geregelt. Das Kältemittel Propan ist dabei die heute am meisten eingesetzte Lö-

sung. Und je stärker das Treibhauspotenzial für Kälteanlagen eingeschränkt wird, umso öfter wird es auch für andere Kälteanlagen verwendet. Hinzu kommen Alternativen wie Kohlendioxid (CO₂), Ammoniak (NH₃) und sogar Wasser wird für die Klimatisierung als Kältemittel verwendet. Dazu kommt, dass im europäischen Verordnungsprozess ständig Bewegung ist. Das gilt für die F-Gase Verordnung, die sich derzeit in einer Überarbeitungsphase befindet. Alle geltenden Einschränkungen werden zwar erst bis 2024 angepackt, mit weiteren Verschärfungen ist aber zu rechnen.

Daneben gibt es die Chemikalienverordnung REACH. Durch diese drohen F-Gasen von anderer Seite schärfere Einschränkungen und Verbote. Darunter fallen verschiedene Kältemittel, die derzeit als Alternativen mit geringem Treibhauspotenzial gehandelt werden. Alles in allem gibt es einige Fragezeichen bei synthetischen Kältemitteln. So macht es Sinn, vor jedem Eingriff in eine Kälteanlage und vor allem bei Neuanlagen die fachkundige Exper-

tise des Wartungs- und Servicepersonals zu Rate zu ziehen.

FÖRDERUNG BIS 50 %

Wer in der Fleischbranche oder im Handel Kühl- und Gefriergeräte der jüngeren Generation betreibt, ist gut beraten. Diese hermetischen Möbel werden in aller Regel mit natürlichen Kältemitteln betrieben, die nicht reguliert sind und auch künftig keinen Verboten unterliegen. Wer darauf umstellen möchte, wird vom Bundesumwelt- und Verbraucherschutzministerium (BMUV) mit bis zu 50 % der Investitionskosten bezuschusst. Antragnehmer ist das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA). Alles in allem verfügt der Markt mit Herstellern wie Rivacold über zukunftssichere Kältesysteme mit natürlichen Kältemitteln für jeden Bedarf. Wer sich langfristig auf der sicheren Seite wissen möchte, sollte sich bei nächster Gelegenheit von einer Fachfirma beraten lassen.

Achim Frommann, Rivacold CI GmbH

Lösungen für Handwerk und Industrie



Netzeinziehgeräte RSM/RSM-Mini
Rationelles befüllen in Netze oder Därme.
Passend dazu unser Netzraffgerät.



Schlaufenknotmaschine E85-1
zum Aufhängen von Fleischstücken. Mit Rauchstockanlage direkt auf den Rauchspieß aufhängen.



Fleischbindemaschinen
für Ihre Fleischprodukte.
Perfektes Binden leicht gemacht.



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

Rudolf Schad
GmbH & Co. KG

Schulstraße 7 • 36154 Hosenfeld
Telefon (06650) 9621-0 • Telefax (06650) 962198
info@r-schad.eu • www.r-schad.de



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



Wurstel - der Wurstkettentrenner
Ideal für alle Betriebsgrößen.
Zeitsparend, keine Energiekosten.



DIE VORFREUDE STEIGT

Geimpft, genesen, negativer Corona-Test – so soll die IFFA im Mai 2022 zu einer sicheren und erfolgreichen Veranstaltung auch für Messebesucher aus dem Fleischerhandwerk werden.



Fotos: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Jochen Günther, Petra Welzel

Unter dem Slogan „Technology for Meat and Alternative Proteins“ lädt die IFFA von 14. bis 19. Mai 2022 die internationale Nahrungsmittelbranche nach Frankfurt am Main ein. Geplant ist die alle drei Jahre stattfindende Fachmesse als 3G-Veranstaltung. Demnach erhalten Fachbesucher Zutritt, die

- einen in der EU zugelassenen Impfnachweis erbringen, oder
- sich als genesen ausweisen, oder
- einen aktuellen negativen Corona-Test vorzeigen.

Entsprechend dieser Planung sind auch Personen, die mit einem nicht in der EU-zugelassenen Impfstoff immunisiert sind, bei Vorlage eines negativen Corona-Tests zugangsberechtigt. Weitere Anpassungen oder auch Lockerungen der aktuellen Zutrittsbedingungen sind möglich.

POSITIVE STIMMUNG

In der volatilen Pandemie-Zeit ist eine gute Vorbereitung der Messeteilnahme wichtiger denn je. „Die IFFA bietet ein sicheres Umfeld für Kontakte, Geschäfte und Inspiration“, sagt Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt. „Unser mit den Behörden abgestimmtes Schutz- und Hygienekonzept kam bereits bei vielen Präsenzveranstaltungen erfolgreich zum Einsatz. Wie überall gilt auch bei uns: Wer geimpft und geboostert ist, hat größtmögliche Aktionsfreiheit.“

Herbert Dohrmann, Präsident des Deutschen Fleischer-Verband (DFV), unterstreicht die Bedeutung der Messe auch für das Fleischerhandwerk: „Auch im Jahr 2021 haben die Fleischerbetriebe überdurchschnittlich gute Umsätze gemacht. Viele Unternehmen planen für 2022 größere Investitionen, die sich vor allem auf die Produktion und den Verkauf konzentrieren. Diese insgesamt positive Stimmung wird sich mit Sicherheit auf der IFFA niederschlagen. Wir freuen uns auf das Branchentreffen in Frankfurt.“

SICHER TEILNEHMEN

Das großräumige Messegelände erlaubt ein sicheres persönliches B2B-Treffen. Der Zugang ist vollständig kontrolliert; alle Teilnehmer werden persönlich registriert, ihr Impf- oder Genesenen-Status sowie Tests werden überprüft. Die Messehallen werden von modernen Lüftungsanlagen mit Frischluft versorgt. Durch die großen Raumvolumina und

hohen Luftaustauschraten von bis zu fünfmal pro Stunde werden Aerosole ständig verdünnt und abtransportiert. Abstände und Hygienemaßnahmen sind professionell geplant und werden kontrolliert. Alle Hinweise für einen sicheren Messebesuch sind online unter www.iffa.com/hygiene zusammengefasst.

POSITIVE ERWARTUNGEN

Die Messe Frankfurt rechnet mit mehr als 900 ausstellenden Unternehmen aus aller Welt. Die erwartete Ausstellungsfläche, die sich wieder über die Hallen 8, 9, 11 und 12 erstreckt, liegt laut Medieninfo der Veranstalterin auf dem

Niveau der IFFA 2019. Die beteiligten Aussteller zeigen Innovationen für die gesamte Prozesskette der Proteinverarbeitung. Neben Fleischprodukten legt die IFFA erstmals einen besonderen Schwerpunkt auf Zutaten und Herstellungsprozesse pflanzlicher Proteine.

IFFA auf einen Blick

Wann: 14. bis 19. Mai 2022, 9 bis 18 Uhr, am 19. Mai bis 17 Uhr

Wo: Messe Frankfurt, Hallen 8, 9, 11 und 12

Preise: Tageskarte 25 €, Dauerkarte 50 €. Tageskarte ermäßigt 12 €

Weitere Infos: www.iffa.com

Your Partner in Food Cutting

holac



WIR SERVIEREN DEN PERFEKTEN SCHNITT!



Entdecken Sie jetzt unsere **CUBIXX-Reihe** unter: **SPECKSCHNEIDER.DE**



IFFA

BESUCHEN SIE UNS IN HALLE 8 STAND H96!

Folgen Sie uns bei:



Effiziente und flexible Schneidetechnik

Als zuverlässiger Partner des Fleischerhandwerks versteht sich **Holac Maschinenbau** aus Nattheim. Die kompakten Vielzweckschneider der Cubixx-Reihe sind universell einsetzbar und bieten laut Hersteller ab der ersten Sekunde Leistung und Qualität. Neben ihrer fast schon sprichwörtlichen Robustheit punkten holac-Maschinen heute mit Flexibilität. So können Metzgereien mit den sogenannten Speckschneidern auch viele andere Produkte verarbeiten, die meist noch von Hand geschnitten werden – neben Speckwürfeln, Geschnetzeltem & Co. auch Wurstsalat extra fein, Ochsenmaulsalat und sogar Rouladen. Dies ist schon mit der Cubixx 100 möglich, der kleinsten Schneidemaschine des Unternehmens. Für das Schneiden von unterschiedlichen Produkten ist nur ein kurzer Werkzeugwechsel nötig. In Kombination mit einem Scheibenschneider wie dem Sect 230 schneidet der Anwender zudem komfortabel Steaks, Kotelett und Speckscheiben. Doch nicht nur im Handwerk zeigen Würfel-, Streifen- und Scheibenschneider des Unternehmens ihre Stärken. Auch in großen Fertigungslinien überzeugen sie nach Unternehmensangaben weltweit durch Leistungsfähigkeit und Vielseitigkeit. **Halle 8.0, Stand H 96**



Veredeln mit Geschmack

IFF Savory Solutions ist mit den Marken Wiberg, Gewürzmüller, Gewürzmühle Nesse und Mühlehof auf der IFFA präsent. Die Spezialisten zu Themen rund um Geschmack und Funktion zeigen neue Produkte und innovative Ideen – Beispiel, Deco Quick® Gewürzhüllungen: Diese geben den unterschiedlichen Spezialitäten optisch und geschmacklich den letzten Schliff. Unabhängig von der Geschmacksrichtung



– von regional bis exotisch, von Kräutergarten bis hin zu Curry. Die Gewürzhüllung eignet sich auch zum Veredeln vegetarischer und veganer Produkte wie etwa fleischlosen Pasteten, Aufschnitten oder „Käse“. Neu und pünktlich zur IFFA sind fruchtige Geschmacksrichtungen im Deco Quick-Sortiment. Das Unternehmen widmet sich in Frankfurt aber auch den Trendthemen Salzreduzierung, Geflügelboom und Hybridprodukte sowie Kulturen zur Herstellung von fermentierten Wurstwaren und Rohpökelwaren. **Halle 12.1, Stand C40**

Regenerierter Rauch

Innovative Technologie erfüllt die EU-Standards¹ für die beste verfügbare Technik (BVT) zum Räuchern von Lebensmitteln. Der neue TSG-5000 von **Kerry | Red Arrow** senkt die Umweltbelastung beim Räuchern von Lebensmitteln. Emissionen und Qualitätsschwankungen werden damit maßgeblich reduziert. Der neue Raucherzeuger von Tarber „TSG-5000“ generiert stabilen, reproduzierbaren Rauch aus Primärauch-Produkten. Dieser ist frei von Schadstoffen wie Teer, Asche, PAK und Benzo(a)pyren. Der Rauchgeschmack und die Ausprägung der Rauchfarbe können beeinflusst werden und ermöglichen so eine breite Vielfalt. Primärauch-Produkte bieten die effektivste Lösung zur Reduzierung von Rauchemissionen und deren Auswirkungen auf die Umwelt. Im Vergleich zu konventionell erzeugtem Rauch senkt der regenerierte Rauch zusätzlich CO₂-Emissionen, Wasserverbrauch, Schadstoffbelastung, Abwasser sowie Energieverbrauch. Räuchern mit Primärauch-Produkten bedeutet im Vergleich zu



konventionell geräucherten Lebensmitteln weniger CO₂-Emissionen und geringere PAK-Belastung.

(¹ Durchführungsbeschluss (EU) 2019/2031 der Kommission über Schlussfolgerungen zu den besten verfügbaren Techniken (BVT) gemäß der Richtlinie 2010/75/EU des Europäischen Parlaments und des Rates für die Lebensmittel-, Getränke- und Milchindustrie) **Halle 12.1, Stand A41**



Hygiene steht im Fokus

Auf einer Standfläche von über 400 m² präsentiert **K+G Wetter** seine innovativen Kutter, Wölfe, Mischwölfe und Mischer. Dort können sich Interessierte von den Hygiene-Features dieser Maschinen überzeugen. Mit der Spülkammer beispielsweise, die in allen Wölfen und Mischwölfen verbaut ist, lässt sich täglich der sonst unerreichbare und nicht zu reinigende Bereich hinter den Dichtungen der Fleischschnecke, der Zubringerschnecke sowie der Mischwelle einfach und sicher reinigen. Die Funktion Easy-Access etwa erlaubt bei den Winkel- und Misch-Winkelwölfen mit Beladeeinrichtung über eine großzügige Tür im Trichter den Zugang zum Wolftrichter – für eine schnelle und hygienisch sichere Reinigung. Außerdem lassen sich ohne Werkzeug die Zubringerschnecke und bei der Ausstattung als Misch-Winkelwolf auch die Mischwelle durch diese Öffnung ergonomisch zur Reinigung herausnehmen. **Halle 8, Stand D 96**



Flexibel formen und füllen

Auf dem 1.600 m² großen Messestand präsentiert **Vemag Maschinenbau** auch eine ganze Reihe an Neuheiten für das Handwerk. Dazu hat das Unternehmen einen eigenen Handwerksbereich eingeplant. Neben verschiedenen Vakuumfüllmaschinen sind neu entwickelte Vorsatzgeräte zu sehen, die sich unkompliziert auf die bestehenden Vemag-Füller montieren lassen und mit denen Fleischereien ihre Produktpalette rasch erweitern können.

Der Spießformer 931 bringt Hackfleisch und andere Massen direkt auf einen Holz-, Kunststoff- oder Metallspieß auf. Neben runden Düsen gibt es weitere Formen wie Stern-, Rechteck- oder Spiraldüsen, die eine große Vielfalt in der Verkaufstheke ermöglichen. Kurze Produktwege sorgen für geringe Restmengen. Es lassen sich Spieße mit bis zu 8 mm Durchmesser verwenden. Mit dem Dosenfüllrohr908 füllen Profis flüssige und pastöse Massen, mit und ohne Einlage in Gläser, Dosen oder Becher exakt in der gewünschten Portionsgröße ab. Das Füllrohr ist mit verschiedenen Füllkopfaufsätzen je nach Durchmesser des zu befüllenden Gefäßes (in den Größen 60,70 und 90) erhältlich.

Als Weltpremiere stellt das Unternehmen den Füllwolf 985 für die Füllmaschine HP1 vor. Das Vorsatzgerät zum gleichzeitigen Wolfen und Füllen von Massen wird laut Hersteller die Produktqualität in Handwerksbetrieben verbessern und die Arbeitsschritte stark erleichtern. **Halle 8.0, Stand B04**



Fotos: Vemag Maschinenbau, Goecom



Marvin Unlimited für Fleischereien

Das Produktportfolio aus Software und IT-Lösungen für Bäckereien hat **Goecom** aus Kronau auf das gesamte Lebensmittelhandwerk ausgeweitet. Auf der IFFA präsentiert der Softwarespezialist die Marvin Unlimited-Edition für Fleischer, Caterer und Käseereien. Marvin ist flexibel für diverse Kundenanforderungen programmiert. Die Unlimited-Edition der Software ist speziell auf die Bedürfnisse moderner Fleischereien angepasst. Die Software muss nicht gekauft werden, sondern wird für eine fixe monatliche Gebühr genutzt. Der Leistungsumfang wird vom Anwender festgelegt und kann beliebig erweitert oder reduziert werden. Nicht nur die Funktionen, sondern auch Benutzerzahlen können individuell angepasst werden. In dem Paket enthalten sind eine monatliche Basisgebühr sowie Leistungen für Updates und ein Hotline-Service. **Halle 11.0, Stand E23**



Linienkompetenz von klein bis groß.



IMAX ECOLINE
Injektoren für bis zu 4t Fleisch pro Stunde, mit oder ohne Knochen



BRIMAX 350
Lakemischer für bis zu 2.800l Lake pro Schicht



MAX 600
Massieranlage für bis zu 600kg Fleisch

Get ready to grow

Anuga FoodTec
26. - 29.4.2022

IFFA
14. - 19.5.2022

Unsere Produktionslinien für das Massieren und Injizieren von Fleisch bieten speziell kleineren und mittleren Betriebsgrößen innovative Technik für eine effiziente Produktion.

EINKAUFEN IM WETTBEWERB

Wer weiß, wo er sich auf dem Markt befindet, kann alle Möglichkeiten des Wettbewerbs für sich nutzen. Welche fünf Kräfte sind dabei zu beachten? Und warum spielt der Preis dabei nicht immer die Hauptrolle?

Fünf konkurrierende Kräfte hinsichtlich des Einkaufs bestimmen die Rivalität zwischen Wettbewerbern sowie der übergeordneten Industriestruktur. Je nach Tätigkeit ist der Blickwinkel ein anderer und der Markt reagiert unterschiedlich. Michael Porter hat dazu in den 1980er-Jahren ein Modell entwickelt, das sich auf viele Bereiche anwenden lässt.

PORTER 5 FORCES

Der Markt hat auf unterschiedliche Weise einen großen Einfluss auf den Preis sowie das Angebot von Ersatzprodukten und neuen Innovationen. Dies ist nötig, um wirtschaftlich zu arbeiten und sich von der Konkurrenz abzusetzen.

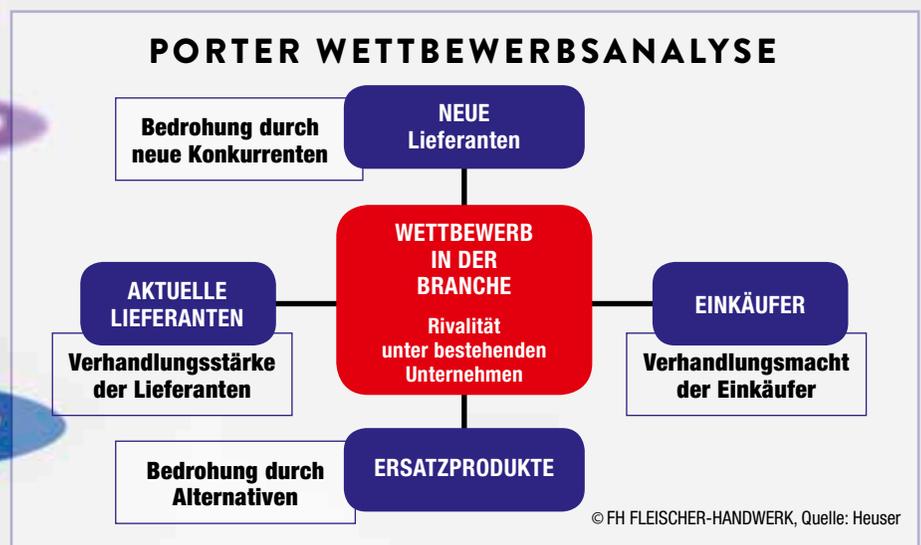
Im Warenhandel herrschen fünf Kräfte, ausgeübt durch:

1. Lieferanten
2. Potenzielle neue Konkurrenten
3. Ersatzprodukte
4. Branchenwettbewerb
5. Einkäufer

Der Branchenwettbewerb ist der Platz, an dem sich alle treffen und handeln. Der Markt ist dabei die zentrale Steuerungsebene.

DER WETTBEWERB

Wie setzt sich der Wettbewerb für den Einkauf zusammen? Betriebe, die eine Ausschreibung starten, erhalten Angebote von: *(Lesen Sie weiter auf Seite 39)*



Mietangebot
Vakuumfüller VF 608 plus advanced edition

MEINE **IDEE.**
MEINE **LÖSUNG.**



Abbildung ähnlich

Sie möchten die *neueste Technologie*
zu *attraktiven Konditionen*?

MIETE MICH!



Besuchen Sie uns!
Halle 12, Stand A80/A81

IFFA 14. - 19.05.2022
Frankfurt am Main

**Entscheiden Sie sich für Mieten statt Kaufen
und nutzen Sie die umfangreichen Vorteile,
die sich daraus für Sie ergeben:**

- Keine Anzahlung & Kreditsicherheiten notwendig
- Schonung Ihrer Liquidität
- Sichere Kalkulation mit mtl. gleichbleibenden Raten
- Attraktive monatliche Raten
- Ausgezeichnetes Preis-/Leistungsverhältnis

Kontaktieren Sie uns:

Handtmann Maschinenvertrieb GmbH & Co. KG
Hubertus-Liebrecht-Str. 10-12 | 88400 Biberach
sales.machines@handtmann.de | +49 7351 45-0



www.handtmann.de/food |   

* zzgl. MwSt. / Mietdauer 60 Monate / Einschichtbetrieb bei 10.000 Betriebsstunden |
Angebot gültig bis 30.04.2022 und späteste Auslieferung bis 31.12.2022.
Angebot vorbehaltlich positiver Kreditentscheidung Bonitätsprüfung
und gleichbleibendem Zinsniveau am Geld- und Kapitalmarkt

handtmann
Ideen mit Zukunft.



DAS HANDTMANN RUNDUM-SORGLOS-PAKET. NUR WURSTMACHEN MÜSSEN SIE SELBST.

HANDTMANN FULL-SERVICE-VERTRAG

- Enthält Dienstleistungen und Teile für Wartungen, Reparaturen, Verschleiß und Maschinenstillstände zum Festpreis
- Reparaturen inklusive notwendiger Original-Ersatzteile bei Ausfällen
- Regelmäßige Überprüfung und Wartung durch einen Handtmann Spezialisten inklusive präventivem Austausch definierter Original-Verschleißteile
- Organisation der Wartung im regelmäßigem Zyklus durch Handtmann

IHR FULL-SERVICE-VORTEIL:

Eine garantiert höchstmögliche Produktivität und planbare Kosten sowie die komplette Kontrolle und Planbarkeit für Wartungs- und Reparaturkosten.

Kontaktieren Sie uns und erhalten Sie Ihr individuelles Angebot:

Handtmann Maschinenvertrieb GmbH & Co. KG
Hubertus-Liebrecht-Str. 10-12 | 88400 Biberach
sales.machines@handtmann.de | +49 7351 45-0

www.handtmann.de/food |   

handtmann
Ideen mit Zukunft.

1. Aktuellen Lieferanten:

Vorteil: Sie kennen das Unternehmen und die internen Abläufe, liefern zuverlässig die gewünschte Qualität.

Nachteil: Festgefahrene Strukturen, die sich nur langsam weiterentwickeln; wenig Innovationen.

2. Potenziellen neuen Lieferanten:

Vorteil: Bringt frischen Wind ins Unternehmen durch Preise, Service und Qualität. Prozesse und Arbeitsschritte werden neu betrachtet und bewertet.

Nachteil: Qualität muss adaptiert werden; Anpassungsschwierigkeiten (Schnittstellen)

3. Anbietern von Ersatzprodukten:

Vorteil: Bieten neue innovative Produkte, um die eigene Positionierung am Markt voranzutreiben.

Nachteil: Wirtschaftliches Risiko durch neue Produkte, da im Unternehmen noch keine Erfahrungen damit gemacht wurden.

STRATEGIEN DER ANBIETER

Einkäufer müssen sich entscheiden, mit welchen Partnern und welcher dazugehörigen Strategie sie zukünftig zusammenarbeiten möchten.

Die Lieferanten stellen sich unterschiedlich auf und positionieren sich durch:

■ **Kostenführerschaft:**

Das Ausnutzen von Rationalisierungspotenzial, um Kosten zu senken und eine einmalige Position am Markt bezüglich des besten Preis-Leistungs-Verhältnisses zu ermöglichen.

■ **Differenzierung:**

Durch Alleinstellungsmerkmale möchte sich der Anbieter absetzen und so eine Einzigartigkeit erzeugen, für die ein Kunde bereit ist, mehr zu bezahlen.

■ **Nischenstrategie:**

Lieferanten konzentrieren sich auf Kunden, ausgewählte Produkte oder Regionen, um Marktnischen zu besetzen und hier Marktführer zu werden.

VERSCHIEDENE MÄRKTE

Je nachdem, auf welchem Markt man sich bewegt, ändert sich die Vorgehensweise bei Verhandlungen. Auf Märkten, auf denen viele Anbieter unterwegs sind, ist die Verhandlungsposition besser als auf Märkten mit nur einem Anbieter.

Monopolistische Marktstrukturen im Bereich Lebensmittel gibt es in den wenigsten Fällen.

	Anbieter		
Nachfrager	einer	wenige	viele
einer	Bilaterales Monopol	Beschränktes Nachfragemonopol	Nachfragemonopol (Monopson)
wenige	Beschränktes Angebotsmonopol	Bilaterales Oligopol	Nachfrageoligopol (Oligopson)
viele	Angebotsmonopol	Angebotsmonopol	Polypol

Überblick der Marktformen

© FH FLEISCHER-HANDWERK, Quelle: Heuser

Meist haben nur starke Marken wie etwa Coca-Cola ein Marken-Monopol. Der Einfluss von einigen Platzhirschen ist in den vergangenen Jahren stark zurückgegangen. Viele Nischenanbieter haben sich durch Differenzierung und Strategie eine hohe Akzeptanz bei Kunden und Unternehmen erarbeitet.

Jede Vorgehensweise hat einen anderen Einfluss auf den Marktpreis und auf Innovationen im Unternehmen. Lieferanten sind nicht nur bestrebt, Unternehmen und Betrieben den besten Preis zu bieten. Service, Qualität, Zuverlässigkeit und Kommunikation sind Faktoren, die schwer zu vergleichen sind. Aus diesem Grund setzen sie sich so vom Wettbewerb ab, um einen andauernden Preiskampf zu vermeiden. Genau dieser Wettbewerb besitzt jedoch das Potenzial, die Wirtschaftlichkeit des eigenen Unternehmens zu steigern.

Mit den meisten Lieferanten können Unternehmer verhandeln. Deshalb sollte ein Lieferant, mit dem man seit vielen Jahren eine gute, erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit hatte, nicht von jetzt auf gleich ausgegliedert werden (vgl. Teil 1 der Serie „Das ABC des Einkaufs“, FH Fleischer-Handwerk 1/2021, S. 37ff.). Für den Anfang können kleinere Positionen und Ersatzprodukte bei Mitbewerbern gekauft werden. All dies erfolgt unter Berücksichtigung der aktuellen Marktpreise.

WAS BRINGT DIE WETTBEWERBSANALYSE?

Wer weiß, wo er sich auf dem Markt befindet, kann alle Möglichkeiten des Wettbewerbs für sich nutzen. Dabei geht es nicht zwangsläufig nur um den besten und günstigsten Preis. Ein Wettbewerbsvorteil durch ein frühzeitig eingeführtes Produkt oder schnellen Ersatz bei Lebensmittelskandalen ist in vielen Fällen

wertvoller als gedacht. Dazu kommen immer neue Wettbewerber, die mit einem selbst gerne ins Geschäft kommen möchten. Oder es kommt zu Firmenübernahmen bzw. einem Ausbau des Lieferumfangs bzw. der Produktpalette von bestehenden Wettbewerbern. Auch diese können eine günstigere und gute Alternative zu bestehenden Lösungen darstellen. Längere Lagerfähigkeit, geringerer Garverlust oder bessere Vorbereitung – alles das beeinflusst den Wareneinsatz und somit auch die Rentabilität.

Generell setzen neue Wettbewerber und Lieferanten – auch unabhängig davon, ob sie Ersatzprodukte anbieten – bestehende Lieferanten durch den Wettbewerb im Warenhandel in den jeweiligen Branchen unter Druck. Auf diese Weise können bei gleichbleibender Qualität Einsparungen erzielt werden.

Sebastian Heuser



ZUM AUTOR

Sebastian Heuser bringt als Hotelbetriebswirt 15 Jahre praktische Erfahrung im Einkauf, Projektmanagement und Controlling im internationalen Umfeld mit, das er als freier Journalist zu Papier bringt. In mehrteiligen Serien gibt er in Fachpublikationen Tipps rund um Liquidität, Return on Invest, Betriebsführung etc.



Erfolgsfaktor Dry-age

Vor gut zwei Jahren verschönerte die Familie Simmel nicht nur ihr Stammgeschäft und eröffnete eine weitere Filiale, mit der Gründung einer GmbH 2021 ging sie einen entscheidenden Schritt in Sachen Zukunft für die vierte Generation.

Generation Nr. 4, das sind seit sieben Jahren Metzgermeister und Fleisch-Sommelier Andreas Simmel (27) und seine Freundin Denise, Leiterin der Filiale im 15 km vom Stammhaus entfernten Mainburg. Gegründet wurde die Metzgerei im Markt Pfeffenhausen vor rund 70 Jahren vom aus Schlesien stammenden Urgroßvater und Metzgerwirt Konrad Wagner, dessen Tochter Ursula den Metzgermeister Josef Simmel hei-

ratete. Ihr Sohn Konrad und seine Ehefrau Uta übernahmen den Betrieb 1994, der heute von Vater und Sohn als GmbH & Co. KG gemeinsam geführt wird. Alle Metzgermeister der Generationen machten ihren Meistertitel an der 1. Bayerischen Fleischerschule im 25 km entfernten Landshut (1952, 1958, 1986, 2015). „Auch meine Weiterbildung zum Fleisch-Sommelier habe ich dort gemacht“, sagt Andreas Simmel. Fleischer lernte er in der Metzgerei

Haindl in Rottenburg a.d. Laaber (2010 bis 2013), bevor er ein halbes Jahr Erfahrungen in einer Metzgerei im österreichischen Feldkirch sammelte. 2018 zählte er zum Butcher Wolfpack Germany und sollte am Junioren-Wettkampf der World Butchers Challenge in Belfast teilnehmen. Von dort musste er aber wegen einer Erkrankung seines Vaters kurzfristig abreisen. Etwa 35 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen beschäftigt die Metzgerfamilie, davon vier



Fotos: Theimer, Metzgerei Wagner, Metzgerei Wagner/Schruitka-Peukert



ERFOLGSFAKTOREN

- Familiäres Betriebsklima, Top-Mitarbeiter
- Handwerklich hergestellte, frische Ware aus der Region, kein Ramsch
- Frische gewährleisten
- Bewährte Rezepturen
- Guter Mix aus Tradition und Moderne

sowie zwei Auszubildende in der Produktion. „Der Opa schlachtete schon mal 100 Schweine in der Woche und lieferte auch an Edeka sowie umliegende Standorte der Bundeswehr. Heute liegt unser Fokus auf den Filialen und einer höheren Fleischqualität, die bei der Erzeugung beginnt und sich in unserer Reifezelle fortsetzt“, betont Andi Simmel. Die rund 5 m² große Zelle mit Salzsteinwand gibt es seit dem Ladenumbau im März 2020. Gab es 2015 nur alle paar Wochen Dry-age-Fleisch, reifen darin nun permanent bis zu sechs Rinderücken über mehrere Wochen hinweg. Auch SB-verpackte Steaks im Regal sind von der Frontseite für die Kunden gut sichtbar. Die Zelle ist im erweiterten Umkreis ein Alleinstellungsmerkmal. Der Absatz von Dry-age-Rindfleisch habe sich seitdem mehr als verdoppelt.

QUALITÄT AUS DER REGION

„Das Fleisch der Färsen und Ochsen dafür – Deutsches Angus, Pinzgauer, Fleckvieh – stammt von bis zu acht kleineren Landwirten aus der Region. Da wir nicht mehr selbst schlachten, ist es uns sehr wichtig, die Transportstrecke vom Erzeuger zum Schlachtort so gering wie möglich zu halten“, sagt der Junior. Und so ist es dann auch. Geschlachtet werden Schweine und Rinder bei einem Kollegen sowie weitere Schweine im Schlachthof Landshut. Wenn nötig, wird Fleisch zugekauft. Der Zukauf erfolgt über einen regional ansässigen Zerlegebetrieb (Altdorfer Fleischmarkt). 20 bis 30 Schweine und bis zu zwei Stück Großvieh verarbeiten die Mitarbeiter ab 3 Uhr früh montags bis freitags in der Produktion. „Etwa 800 bis

1.000 kg Wurst sind das Ergebnis“, schätzt er. Seine Idee war es auch auf die Familie Brunner aus Feldkirchen als einzigen Erzeuger bei Schweinen zu setzen, deren Gundhöringer Frischluftschweine im Außenklimastall mit Auslauf aufwachsen. Der Zucht- und Mastbetrieb arbeitet in der Regel mit regional ansässigen Metzgern zusammen, erhielt 2014 den Bayerischen Tierwohl-Preis und liegt nur 2 km vom Schlachtort des zuvor genannten Kollegen entfernt.

Das Angebot in den Theken ist eher klassisch: Woll- und Weißwürste, selbst hergestellte Salamis, Schwarzgeräuchertes, Brüh- und Kochwurst, etc. Es gibt herzhaft-pikante, geräucherte Käsegriller ebenso wie Dult-Bratwürstl im Kaliber 28/30, eine schwarze Käsekrakauer, u. v. m. „Für eine Thailänderin aus der Nähe, die Kontakt über die Landshuter Schule suchte, produzieren wir seit 2020 eine besondere Rohwurst mit Zucker, die sie online an Landsleute verkauft. Letzten Dezember waren das 300 kg pro Woche. Wir sind immer offen für Neues“, betont Andi Simmel.

DIE FILIALEN

Neben dem Hauptgeschäft, in dem als einzigem Standort ein täglich wechselndes Mittagsgeschäft angeboten wird, eröffnete die Familie ab 2012 drei Filialen. Eine Heiße Theke mit Imbiss-Klassikern sowie das frische Wurst- und Fleischangebot gibt es im 20 km entfernten Ergolsbach im Gebäude eines Baumarkts, in Mainburg im Landkreis Kelheim und seit 2016 im Haus des „Maierwirts“ im 25 km entfernten Dorf Enzelhausen im Landkreis Freising. „Da

dieser freitags ein etabliertes, gut besuchtes, traditionelles Weißwurstfrühstück veranstaltet und es auch einen Laden gibt, machen wir die Weißwürste nach deren Rezeptur, die so gut ist, dass wir sie auch übernommen haben“, berichtet der Metzgermeister. Selbstgebackene Kuchen bietet die Senior-Wirtin auch an. Der Austausch der Generationen gelingt auch hier. *mth* www.wagner-metzger.de

KONZEPT

METZGEREI WAGNER – PFEFFENHAUSEN

In vierter Generation geführter Familienbetrieb mit Hauptgeschäft in der Holledau (Hallertau) im nordwestlichen Landkreis Landshut sowie drei Filialen in zwei weiteren Landkreisen. Dry-age-Reifezelle als Eyecatcher im Stammgeschäft sowie zwei Verkaufsautomaten.

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Bizerba
- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Cliptechnik:** Tipper Tie
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Hagesüd, Raps
- **Kassensystem:** Bizerba
- **Kombidämpfer:** Rational
- **Kutter:** Seydelmann
- **Ladenbau:** Schrutka-Peukert
- **Räuchertechnik:** Fessmann
- **Scherbeneiserzeuger:** Maja (by Marel)
- **Vakuumtechnik:** VC999
- **Wolf:** Seydelmann

Frisch & authentisch

Seit gut zwei Jahren führen Juliane und Robert Durst – beide machten im Jahr 2014 an der Fleischerschule Augsburg ihren Meistertitel – die 1911 im Blausteiner Ortsteil Arnegg gegründete Metzgerei in vierter Generation. Der Erfolg hier kommt nicht von ungefähr.

Es ist eine dieser Metzgereien in Ulm und um Ulm herum, für die so mancher Kunde eine längere Fahrt auf sich nimmt, weil es hier eben noch geräucherte Schwarzwurst, saure Kutteln im praktischen Schlauchdarm, luftgetrocknete Blautalsalami oder einen mit dem Honig der eigenen Bienen veredelten Blautalschinken gibt. „Oder unsere Paprikawurst mit 50 % Rindfleisch, reichlich

Paprika und viel Knoblauch, deren Rezept einst ein ungarischer Mitarbeiter mitgebracht hat und die zum Standard wurde“, berichtet Senior Hans-Martin Durst, der mit seinem erfolgreichen Agieren seit 1979 die Basis für die nächste Generation gelegt hat. „Viele Rezepturen sind überliefert, wurden von Zeit zu Zeit aber angepasst“, ergänzt er. Sie stammen von seinem Großvater und Gründer des

Betriebs Michael Durst, sowie seinem Vater Johannes, der Pate für den weitläufig bekannten Hausnamen „Metzgerhans“ ist. Schon Anfang der 1980er-Jahre war die Metzgerei eine der ersten in der dortigen Innung mit fest definierten Rezepturen und PC-Programmen. Nach und nach entstanden die Filialen in Blaustein (1984), Ulm-Böfingen (1994) und Neu-Ulm-Burlafingen (2006).

ERFOLGSFAKTOREN

- Hoher Qualitätsanspruch und entsprechendes Level
- Nicht an der falschen Stelle sparen
- Regionaler Bezug (Rindfleisch, Kartoffeln etc.)
- Tagesfrische Ware
- Familiäres Betriebsklima

KONZEPT

METZGEREI DURST – BLAUSTEIN

In vierter Generation geführter Familienbetrieb mit Hauptgeschäft und drei Filialen in Ulm und um Ulm herum. Regional erzeugte, frische Fleisch- und Wurstwaren. Gelungene Verbindung von Tradition und Moderne.





Ein Jahr später kehrte Juliane Durst (35) nach ihrer Ausbildung zur Fachverkäuferin in Ravensburg zurück in den Betrieb. „Unser Beruf ist sehr vielseitig und macht Spaß. Schon damals entstand der Wunsch, den Betrieb eines Tages weiterzuführen“, sagt die Mutter zweier Töchter (2 und 5 Jahre alt). 2008 lernte sie ihren Mann Robert kennen, der nach dem Zivildienst eine Fleischerlehre in Arnegg begann.

Heute zählt der Betrieb rund 35 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, davon sechs in der Produktion. Ihr erstes richtiges gemeinsames Projekt war der Umbau des Ladens im Stammhaus im Herbst 2019. Seitdem gibt es eine Heitheke mit Klassikern, schwarze Lackplatten zum Beschriften an den Wänden und Naturholz-Optik statt Fliesen. Die Auswahl in der Theke ist vielfältig: Würste aller Art, selbst gemachte Feinkostsalate und Fixgerichte wie Geschnetztes mit Würzung für die Pfanne, Wollwürste oder das ‚Brutzelfleisch‘ im Förmchen zum Fertiggaren im Ofen. „Dünne gewürzte Scheiben vom Schweinehals mit Käse dazwischen – etwas Typisches für kalte Tage“, erklärt Juliane Durst.

LANGJÄHRIGE PARTNER

Doch nicht nur in der Theke spiegelt sich der eigene hohe Anspruch an Qualität wider. Das Motto „Nicht an der falschen Stelle sparen“ führt auch Generation 4 weiter. Seit über 30 Jahren stammt das in Hälften und Teilstücken dreimal

pro Woche angelieferte Schweinefleisch von der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BSEH). Hans-Martin Durst war sozusagen einer der Pioniere, der die Qualität der Hohenloher Mohrenköpfe erkannte. „Und das zeigen wir auch unseren Kunden, etwa bei Aktionstagen der BSEH in unseren Filialen“, erklärt die Fleischermeisterin. Ein Betriebsausflug vor Corona ins Reich von Rudolf Bühler war für die Mitarbeiter auch eine tolle Sache – nicht nur als Erlebnis, sondern weil sie noch mehr über die besondere Art der Tierhaltung erfuhren. Das geben sie an die Kunden weiter.

PRÄSENT SEIN

„Das Fleisch wird direkt nach der Anlieferung ab 5 Uhr früh verarbeitet. So haben wir stets frische Ware“, betont Robert Durst. Es gibt bewusst keine allzu großen Kühlmöglichkeiten. Etwa 36 Schweinehälften pro Woche werden verarbeitet, zudem zwei Jungbullen. Das Rindfleisch („Aachtalrind“) liefert seit 2001 Landwirt Daniel Burgmayer aus Zwielfalten: zu 80 % Limousin/Aubrac, Mutterkuhhaltung, Haltungsstufe 3, Außenklima- und Strohhaltung, mindestens eine Saison auf der Weide. Montags bis donnerstags wird zerlegt und produziert. Bei größerem Bedarf werde Fleisch zugekauft. Beliefert werden die Filialen mit zwei Kühlfahrzeugen täglich ab 8:30 Uhr, teilweise auch zweimal. „Mittelfristig planen wir aber die Produktion noch effizienter zu

gestalten. Erste Gespräche haben stattgefunden“, sagt er. Ein weiteres Projekt des Meisterpaares. Ein Ritterschlag wurde der Metzgerei im Herbst 2021 zuteil, als der Radiosender DonauFM3 „Schwabens beste Landjäger“ suchte und fand. „Natürlich haben bei der Abstimmung per Telefon und online viele Kunden mitgemacht“, freut sich Juliane Durst noch heute.

Auch auf Social Media hat sie die Aktivitäten verstärkt, auch wenn es Zeit kostet. Seit Beginn der Pandemie beobachtet sie zudem folgendes: dass neue Kunden und junge Familien, wenn sie Kinder haben, mehr auf das achten, was sie einkaufen. Das stimmt die Metzgerfamilie zuversichtlich. Eine Auszubildende im Verkauf haben sie, zudem viele junge Arbeitskräfte. „Trotzdem müssen wir die gestalterischen Aspekte unse-

rer Berufe noch stärker hervorheben und mehr Lust auf unser Genusshandwerk machen“, betont ihr Ehemann, der sich ebenso wie sein Schwiegervater in der Innung engagiert. Dabei seien aber alle gefordert. *mth*

www.metzgerei-durst.de

PROFI-PARTNER

- **Aufschnittmaschinen:** Graef
- **Bandsäge:** Kolbe Foodtec
- **Füller:** Handmann
- **Gewürze:** Raps
- **Kassensystem:** Mettler-Toledo
- **Kochkessel:** Fessmann
- **Kutter:** K+G Wetter
- **Ladenbau:** Ladenbau Hanke
- **Pökelinjektor:** Rühle
- **Räuchertechnik:** Fessmann
- **Scherbeneiszeuger:** Maja (by Marel)

DICK
Traditionsmarke der Profis



FÜR DEN HARTEN ALLTAG
Mit F. DICK professionell nachschärfen

QUALITY
MADE IN GERMANY
SINCE 1878

www.dick.de

Messer . Werkzeuge . Wetzstähle . Schleifmaschinen



PROFI PARTNER

- **Beleuchtung:** Bäro
- **Füller:** Handtmann
- **Gewürze:** Raps, Hagesüd, Beck Gewürze und Additive,
- **Kombidämpfer:** MKN
- **Pökelinjektor:** Günther Maschinenbau
- **Räuchertechnik:** Sorgo
- **Scherbeneiserzeuger:** Maja (by Marel)
- **Steinsalz:** Bickelbacher
- **Speckschneider:** Treif Maschinenbau
- **Theke:** Ladenbau Hanke

KONZEPT

METZGEREI KÜRMEIER – BRANNENBURG

Seit 1924 geführter Familienbetrieb unweit der deutsch-österreichischen Grenze im Landkreis Rosenheim. Hausgemachte, regionale und überregionale Spezialitäten.

Qualität seit Generationen

Seit fast 100 Jahren gibt es die Metzgerei Kürmeier in Brannenburg. Dabei setzen die Geschwister Andreas Kürmeier und Bettina Kürmeier-Lechner auf ein altbewährtes Erfolgsrezept.

Bereits beim Betreten des Ladens spürt man die Hingabe, mit der die Geschwister den Traditionsbetrieb südlich von Rosenheim führen. Der Andrang an Kunden reißt ebenso wenig ab, wie die Freundlichkeit, mit der die Mitarbeiter selbige bedienen. Viele davon sind altbekannte Gesichter und entsprechend persönlich werden diese umsorgt. Kein Wunder, denn den Betrieb gibt es schon seit 1924. Damals erwarb der Urgroßvater der jetzigen Eigentümer das Gasthaus mitsamt Metzgerei. Fritz Kürmeier sen. übergab seinem Sohn Fritz jun. und dessen Ehefrau Cilly den Betrieb 1971. Diese führten die Metzgerei bis 2009. Im Jahr 2010 übernahmen Andreas und Bettina das Ruder.

Offiziell im Ruhestand befindet sich ihr Vater und Metzgermeister Fritz Kürmeier jun. (77) zwar schon – dennoch macht er das „stille Heinzelmännchen“, wie Bettina Kürmeier-Lechner es beschreibt. Er unterstützt sie, wenn er gebraucht wird. Die Hilfe wird gerne angenommen, denn trotz der 24 Beschäftigten – inklusive Minijobber und Teilzeitangestellter – gibt es alle Hände voll zu tun. Auch zwei



Auszubildende zur Fleischerin wirken in der Produktion mit. Eine davon stammt aus einer Metzgerfamilie. In jüngerer Vergangenheit wurde ein Auszubildender zudem als bester Metzger Bayerns ausgezeichnet.

Die Vernetzung kommt nicht von ungefähr, denn die Kürmeiers legen viel Wert auf ein Miteinander in der Branche. Andreas Kürmeier bringt es auf den Punkt: „Die Betriebe müssen zusammenhelfen, damit wir alle stabil für unsere Region stehen können.“ Auch sie kennen das Problem des Personalmangels: Seit Jahren

finden sie trotz intensiver Bemühungen keine Auszubildenden für den Verkauf.

REGIONALITÄT ALS MOTIV

Bis 2009 schlachtete der Betrieb selbst. Inzwischen kommt das Fleisch von einem etwa 50 km entfernten Landwirt, der über ein eigenes Schlachthaus verfügt. Dort werden die Tiere direkt geschlachtet, sodass sie nicht unter Transportstress leiden. Die eigene Schlachtung gab die Familie unter anderem aus platztechnischen Gründen auf. Hauptsächlich aber aufgrund der EU-Zulassung. Die Zerlegung findet nach wie vor in der Metzgerei statt.

Auf hochwertige Qualität achten die Kürmeiers sehr. Daher verwenden sie seit etwa 15 Jahren Steinsalz von Bickelbacher aus dem Allgäu. Das Salz ist ursprünglich und enthält alle essenziellen Mineralstoffe, Spurenelemente sowie natürliches Selen. „Die Produkte behalten ihren unverwechselbaren Eigengeschmack“, beschreibt Bettina Kürmeier-Lechner die Wirkung des Salzes. Auf die Frage, wie sie sich noch von anderen Wettbewerbern abheben, antwortet sie: „Wir versuchen alles mit

Herz und Liebe zum Detail zu machen, nach dem Motto: Bitte bediene deinen Kunden so, wie auch du gerne bedient werden möchtest.“ Auch ein liebevoller Umgang mit den Produkten spielt eine große Rolle. Das schätzen die Kunden; sogar aus München und Österreich kommen sie in die Metzgerei. Verkaufsfrenner sind besonders die hausproduzierten Spezialitäten wie Weißwürste, Wiener, Leberkäse, verschiedene Haussalamis, Bergsteiger-, Krusten- oder Backrauchschinken. Für Kinder gibt es etwa mediterrane Minis – fünf kleine, abgepackte Salamis. Neben Leberkäse, Pflanzlerln oder Hendl kommt auch das beliebte Gyros-Krusti bei Schülern gut an. „Da wir kein Laufbetrieb sind, gibt es neben bewährten Imbissstandards nur ein wechselndes Mittagsgeschäft“, erklärt die gelernte Metzgerei-Fachverkäuferin und Bankkauffrau. Das handwerklich orientierte Publikum legt eher Wert auf handfestes Essen wie hausgemachte Fleischlasagne.

Auch eine breite Auswahl an regionalen und überregionalen Käsesorten hält die Theke bereit. Das Sortiment beinhaltet neben einem gewissen Standardangebot viele Käsesorten von kleinen Käsereien aus Bayern, Tirol und der Schweiz, welche sonst nicht so leicht zu finden sind. „Unsere Kunden legen Wert auf Qualität. Wenn man bei Wurst und Fleisch schon gut unterwegs ist und noch ein guter Käse und Wein dazu kommt, dann ist das eine runde Sache“, betont Andreas Kürmeier. Qualität ist hier also das Erfolgsrezept. Nicht



ERFOLGSFAKTOREN

- Hohes Maß an Qualität und Regionalität
- Persönliche, herzliche Beziehung zu den Kunden
- Hochwertiges Steinsalz
- Relativ fettarme Rezepturen
- Gutes soziales Miteinander

zuletzt deshalb erhielt die Metzgerei 2021 als eine von zehn den Staatsehrenpreis für das Bayerische Metzgerhandwerk von Ernährungsministerin Michaela Kaniber.

NOCH BESSER WERDEN

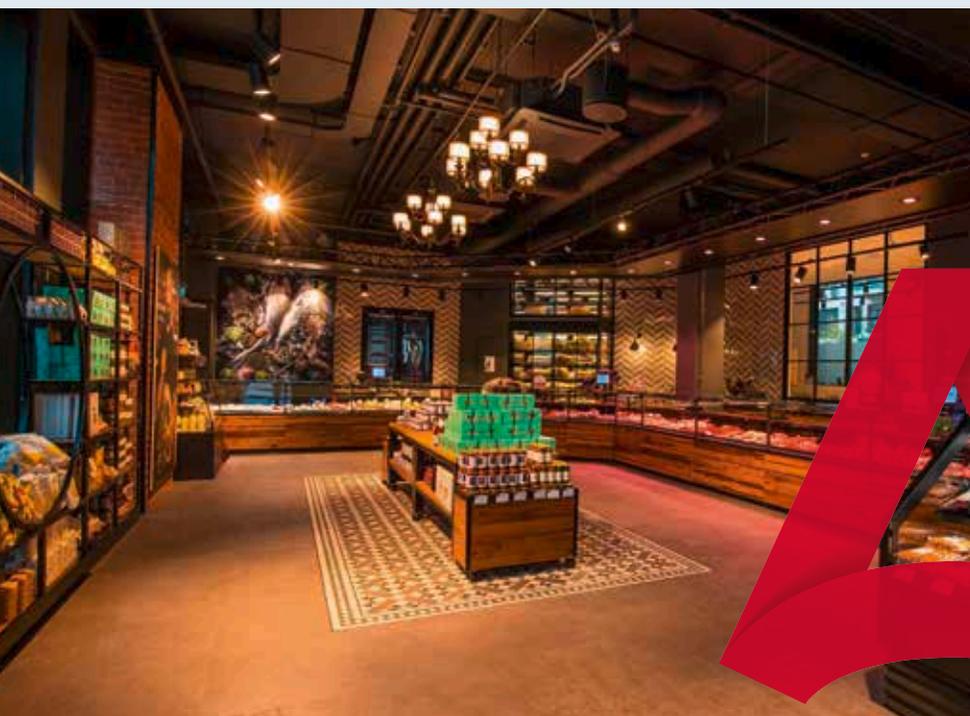
Künftig möchten die Kürmeiers ihre Prozesse weiter optimieren. „Wir wollen gut bleiben und unsere Qualität beibehalten. Daher denken wir aktuell jeden Prozess durch und schauen, was wir verbessern können,“ betont Bettina Kürmeier-Lechner. Dazu zählt für sie, nicht jeden Trend mitzumachen. So kommen etwa Online-Handel oder Konserven-Produktion

für sie derzeit nicht in Frage. Um ihre Mitarbeiter zu halten, achten die Geschwister auf arbeitnehmerfreundliche Bedingungen. So profitieren diese etwa vom freien Samstagnachmittag, Sonntag und Montag. Auch eine leistungsorientierte Bezahlung sowie persönliche Zielvereinbarungen sollen dazu beitragen, das gute Betriebsklima zu halten. Unter allen diesen Voraussetzungen dürfen sich die Kunden also mit Gewissheit über eine gleichbleibend hohe Qualität der Waren freuen. Und das hoffentlich noch für viele weitere Generationen.

Carolin Merl

www.metzgerei-kuermeier.de

Fotos: Carolin Merl



AICHINGER

Erfolg lässt sich einrichten.

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

Mehr Information unter www.aichinger.de

Digitalisierung als Chance

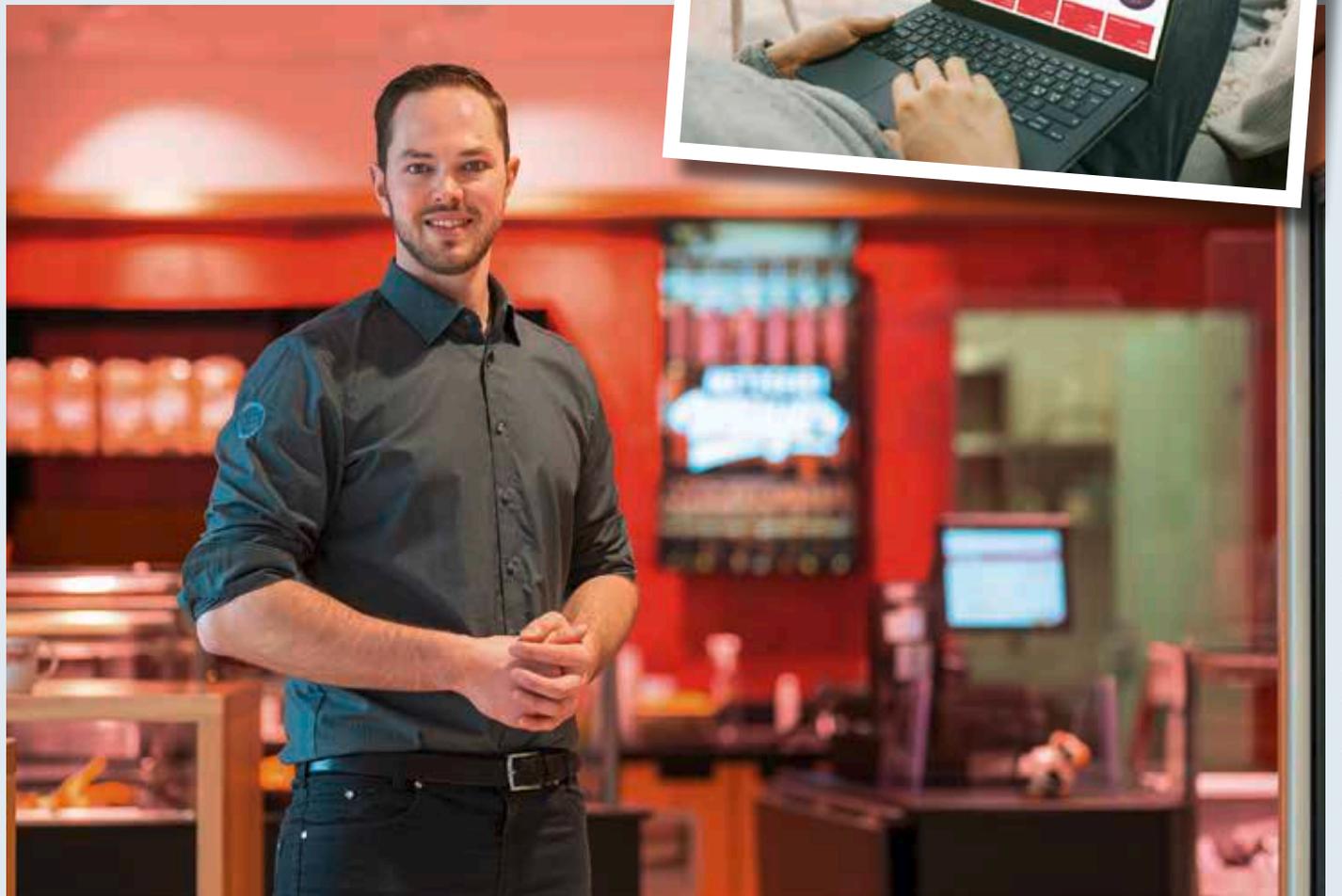
Gemeinsam mit Frank Mayer leitet Tobias Fichtel die Metzgerei Mayer im schwäbischen Ilsfeld. Als Metzgermeister und Betriebswirt hat er sich die Digitalisierung des Betriebs auf die Fahnen geschrieben.

Tobias Fichtel macht kein Hehl daraus, dass die Digitalisierung seines Betriebs mit Stammhaus in Ilsfeld und Filiale in Pleidelsheim einiges an Engagement erforderte. „Ich bin sehr zufrieden, dass ich es gemacht habe. Nun, da ich weiß, wie es geht, kann ich keinen Metzgermeister mehr verstehen, der das nicht macht. Es ist eine unglaubliche Arbeiterleichterung“, betont er.

Rückblende. Vor dem Hintergrund der Anforderungen von GoBD und Kassensicherungs-Verordnung musste die Metzgerei in neue Waagen investieren. Tobias Fichtel: „Wir sind 2019 auf die SÜFFA gefahren mit der Absicht, uns wie immer neue Bizerba-Waagen zu kaufen – und fertig. Das Thema Digitalisierung hatten wir zu diesem Zeitpunkt nicht auf dem Schirm. Wir hatten bislang die Preise auf den Waagen, der Rest lief über Zettelwirtschaft.“ Nach einem ausführlichen Messerundgang kam alles anders – und so stehen heute FreshWay-Touchscreen-Waagen von Mettler-Toledo auf den Theken und die Warenwirtschaftssoftware Apro.Con löste die Zettelwirtschaft ab.

Im Herbst 2021 eröffnete der Betrieb seinen Online-Click-&-Collect-Store und bündelt darüber das komplette Bestellwesen. In Sachen Digitalisie-

rung war Tobias Fichtel zudem der schnelle Umstieg auf Digital Signage in den Filialen wichtig. HD-Bildschirme statt Plakate: „Ich habe mich Anfang 2021 damit intensiv auseinandergesetzt. Dabei hat sich mein Grundverständnis, was Digitalisierung an Vorteilen für den Betrieb bringen kann, enorm gewandelt. Zuerst lag mein Fokus auf dem schnellen, einfachen Wechsel der Werbemittel. Er reicht nun bis zum vollständig online gebündelten Bestellwesen.“ Mit Einführung dieser Warenwirtschaftssoftware startete er zunächst mit einem „leeren“ Warenwirtschaftssystem und übernahm von den Ex-Waagen nur die hinterlegten Preise und PLU-Codes seines Sortiments in die Software. „Als Apro.Con dann seinen Online-Shop





ankündigte, sagten wir uns: Wir machen als Pilotkunde mit. Vor dem Ernten der ‚digitalen Früchte‘ war aber Kärnerarbeit angesagt. Im Online-Shop brauche ich alle Nährwertangaben und Zutateninformationen. D. h., Infos von Lieferanten – z. B. Marinaden oder Gewürzmischungen – raussuchen oder anfordern. Wir haben etwa 380 Produkte. Um das einzupflegen, habe ich mich für zwei Wochen aus dem Tagesgeschäft ausgeklinkt“, berichtet er. Er digitalisierte unter der Zuhilfenahme des Kalkulations- sowie Deklarationsmoduls seine Rezepte in der Apro.Con-Warenwirtschaft. Diese wurden dann automatisch in den Online-Shop importiert, ergänzt um detaillierte Produktbeschreibungen und Zusatztips, etwa zu Zubereitung.

EINHEITLICHER WISSENSCHATZ

Die Übernahme der Preise aus der Apro.Con Warenwirtschaft auf die elektronische Preisauszeichnung an der Verkaufstheke sowie aller Preis- und Artikelangaben in die Digital-Signage-Software bedeutet für ihn eine große Arbeitserleichterung: „Wir haben in der Thekenauslage nur noch Artikelschilder mit den Produktnamen. Die Preisinfos spielen wir aus Apro.Con auf die elektronischen Displays ein. Damit entfällt ein Ratsenschwanz an manueller Arbeit für die Preispflege an der Verkaufstheke. Wenn ich nun eine Preiserhöhung über das gesamte Sortiment vornehme, kostet mich das für den kompletten Betrieb nicht mehr als eine Stunde Arbeit – einschließlich der Aktualisierung meiner Werbemittel.“ Das Einpflegen der Rezepte, Aufbewahrungs- und Zubereitungstipps beim Befüllen des neuen Online-Shops bestärkte ihn, die Digitalisierung des Betriebs weiter voranzutreiben: „Mir wurde klar, dass ich nicht nur die Produkt- und Begleitinfos in den Shop eingebe. Mit dem Shop digitalisiere ich auch mein gesamtes Wissen. Sollte mir etwas zustoßen, habe ich für den Betrieb eine Absicherung. Ich kann meine Vorstellungen und Vorgaben einheitlich und durchgängig auf alle Bereiche der Arbeit übertragen. Die Gefahr, dass es zu Fehlern kommt, ist viel geringer, wenn alle Mitarbeiter auf einen einheitlichen Wissensschatz zugreifen.“ Ob an der Verkaufstheke oder per Telefon: Vorbestellungen erfasst die Metzgerei per Tablet in Apro.Shop. „Der Mitarbeiter nimmt bei der

ERFOLGSFAKTOREN

- Eigene Schlachtung und Zerlegung
- Regionale Aufzucht der Tiere
- Verwertung des ganzen Tieres (Nose-to-tail)
- Zukunftsbeständige Arbeitsplätze
- Nachhaltiges Handeln und Wirtschaften

KONZEPT

METZGEREI MAYER – ILSFELD

1972 gegründete, heute in dritter Generation familiär geführte Metzgerei mit Verkaufsstellen in Ilsfeld und Pleidelsheim. Service: unter anderem Mayers Blog, Online-Rezepte bei „Kochen mit Rebecca“, Mehrwegsystem „Local to go“.

Bestellung alle Kundenwünsche auf und die Produktion weiß, was zu tun ist“, sagt Tobias Fichtel. „Unser Verkaufspersonal ist bei der Bestellannahme sozusagen ein betriebsinterner Apro.Shop-Kunde. Das hat den Vorteil, dass die Mitarbeiter zu jedem Produkt am Tablet alles sehen, was sie für eine gute Beratung benötigen. Sie können die Bestellung nur erfassen, wenn alle Punkte geklärt sind – mit wenigen Mausclicks. Ich habe diese Auswahlkriterien für Kundenwünsche bewusst in den Online-Shop aufgenommen. „Wir haben aktuell ein gutes Drittel an Bestellungen von Kunden, die sich registriert haben. Jede dieser Bestellungen ist eine, für die niemand mehr ans Telefon muss und die automatisiert bis in unsere Produktion durchläuft“, betont Tobias Fichtel. Mit Blick nach vorne hat er klare Vorstellungen in welcher Richtung er Apro.Shop noch intensiver einsetzen möchte: „Meine Idealvorstellung wäre es, wenn es für Mitarbeiter eine eigene Benutzeroberfläche gäbe, die ihm um spezielle Funktionen erweitert, etwa das Ausdrucken von Artikelpässen, Informationen zur Herstellung eines Produkts oder über den Zuschnitt spezieller Fleischteile ermöglichen.“

www.mayer-metzgerei.de, www.syner-con.com, www.aprocon.de



OUTDOOR IST IN

Kühlen, Zapfen, Grillen, Spülen – einfach & mobil

- :: professionelle, hygienische Edelstahl-Outdoorküche mit individueller Produkt-Konfiguration:
 - gekühlte und ungekühlte Module
 - Einbaumodule für Profigrills / Kochfelder
 - großzügige Arbeitsflächen mit Spülbecken
 - Getränkeschankanlage
- :: mobile Eventtheke »YOURBAR« als kompaktes »All-in-one«-System mit umfangreichem Zubehör

www.hagola.de **HAGOLA Gastronomie-Technik GmbH & Co. KG**
Telefon 04444 201-0 | info@hagola.de

Einkauf mit allen Sinnen



Ein glänzender, lebensgroßer Bronzebulle empfängt die Kundinnen und Kunden der neugestalteten Metzgerei Menge im hessischen Edertal. Ein wuchtiger Hingucker, der aber etwas über die Philosophie von Metzgermeister Ralf Menge ausdrückt.



sentation deutlich vergrößert: Sechs Meter der Kühltheke „Strong Wing“ fanden im neuen Raum Platz. Ergänzt wird diese von mehreren Metern Kühlregal, in denen die hausgemachten Spezialitäten fertig zubereitet angeboten werden. Ganz bewusst setzt die Metzgerei so einen neuen Schwerpunkt und bietet Currywurst, Chili con carne, Gulasch, Geschnetzeltes, klassische Wurst u.v.m. in praktischen, fertig zubereiteten Portionen an. Rund 2.000 solcher Gläser wanderten schon vor dem Umbau wöchentlich über die Theke.

FLEISCHER MIT BACKOFEN

Dieses Konzept will Ralf Menge konsequent fortführen und damit den gut laufenden Laden für die Zukunft noch besser aufstellen. Einige hochwertige Produkte sollen das Sortiment aus handgemachten Qualitätswaren aus eigener Schlachterei mit EU-Zulassung ergänzen. Der Qualitätsgedanke zeigt sich auch im Verkaufsraum mit dunklen, edlen Tönen. Hinzu kommt eine üppige Warenpräsentation, die das Sortiment in seiner ganzen Fülle zeigt. Über und über voll ist das Gehänge im Hintergrund des Ladens mit geräucherten und halbbröhen Würsten bestückt. Darunter auch die für die Region typische Stracke. Eine hinterleuchtete Leinwand mit Motiven aus der Umgebung verstärkt den regionalen Bezug zusätzlich.

Der letzte Kniff, der den ersten Eindruck beim Betreten vervollständigen soll, ist ein großer Backofen. „Die Bäcker haben mit ihrem Brötchenduft einfach einen Vorsprung“, erkannte Ralf Menge und nutzte diesen Vorteil für sich. Ein schwarzer Ofen dient nicht nur als Eyecatcher, von ihm aus wehen auch verlockende Düfte von Brötchen, Pizza oder weiteren gebackenen Snacks durch den Raum. Auch aus den wasserlosen Heithecken des Ladenbauers strömen den ganzen Tag über appetitanregende verlockende Düfte, so dass die neugestaltete Metzgerei ihre Kundinnen und Kunden optisch ebenso wie aromatisch überzeugen kann.

www.metzgerei-menge.de
www.bfm-ladenbau.de

Ralf Menge möchte seiner Kundschaft ein Einkaufserlebnis bieten, sie überraschen und zum Einkauf verführen. „Der erste Eindruck soll überwältigend sein“, betont er: „Wer eigentlich nur ein bisschen Wurst kaufen wollte, soll mit mindestens einer, besser zwei vollen Taschen den Laden wieder verlassen“. Um dieses Ziel zu erreichen, nahm er zusammen mit bfm Ladenbau in seinem Laden eine grundlegende Erneuerung vor. Auch in Hinblick auf die nächste Generation, die in Gestalt seines Sohnes Fynn (15) in den

Startlöchern steht und die lange Familientradition fortführen möchte. Seit 1890 gibt es die Metzgerei. Lange Zeit gehörten dazu auch ein Restaurant und ein Gasthof. Nicht zuletzt im Zuge der Pandemie-Entwicklung beschloss die Familie aber, diesen Geschäftszweig aufzugeben. Stattdessen wurde durch den Umbau die Verkaufsfläche des Ladens massiv vergrößert – von rund 48 auf knapp 100 m². Einen Sitzbereich mit zehn Plätzen für das Mittagsangebot gibt es darin weiterhin. Vor allem aber wurde die Laden- und Warenprä-

HERSTELLUNG VON KOCHPÖKELWAREN

Im Interview spricht
Günter Breitbach,
Industrial Applications
Manager bei JBT
Schröder Maschinenbau
aus Werther, über

Technologien für
die Herstellung von
Kochpökelwaren.



Welche Voraussetzungen sollte Fleisch aufweisen, das für die Herstellung von Kochschinken und -pökelwaren genutzt wird?

Das Fleisch sollte nicht jünger als drei Tage sein, der pH-Wert optimalerweise bei 5,8 bis 6,2 liegen und die Temperatur beim Einspritzen nicht wärmer als 3°C betragen. Der Zuschnitt muss besonders an den Stellen, an denen Fleisch an Fleisch anliegt, fett- und sehnenfrei sein. PSE-Fleisch (pale-soft-exudative, blass-weich-wässrig) ist ungeeignet. Ein pH-Wert unter 5,8 verursacht hohe Kochverluste, einen schlechten Scheibenzusammenhalt, Loch-/Geleebildung, eine blasser Farbe/schlechte Umrötung, eine strohige, zähe

Konsistenz und einen schwach ausgebildeten Pökelgeschmack. Ebenso ungeeignet ist DFD-Fleisch (dark-firm-dry, dunkel-fest-trocken): pH-Wert größer 6,2, mangelnde Kühlung und Frische einhergehend mit hohem Keimwachstum, schlechter Farbausbildung und Ausbeute, eingeschränkter Haltbarkeit und fehlendem frischen Pökelgeschmack.

Warum ist zur Lakeherstellung eine Lakekühlung dem Einsatz von Scherbeneis vorzuziehen?

Bei einer Lakeherstellung mit Lakekühlung, z. B. durch einen Plattenwärmetauscher, ist ein wiederholbarer Prozess sichergestellt. Wird Eis zur Lakekühlung verwendet und ist nicht restlos geschmolzen, fehlt dem Lakerezept ein Teil

Fotos: JBT Schröder Maschinenbau

www.kolbe-foodtec.de

**ALLES, WAS
MAN ZUM SÄGEN
UND WOLFFEN
BRAUCHT!**

PAUL KOLBE GMBH · FOODTEC
GEWERBESTRASSE 5 · D-89275 ELCHINGEN
PHONE +49 (0) 73 08 / 96 10 - 0
FAX +49 (0) 73 08 / 96 10 - 98
INFO@KOLBE-FOODTEC.COM



IFFA 2022

14.05.22 – 19.05.22

HALLE 8

STAND E55

des Wassers. Dadurch entsteht ein erhöhter Salzgehalt, was beim Einspritzen dazu führen kann, dass etwa eine höhere Konzentration davon in der Lake und im Endprodukt eine ungewünschte Salzschräfe entsteht. Ist das Eis geschmolzen, gibt es keine Kältereserve mehr, die Lake erwärmt sich. Alle Zutaten sollten mit der richtigen Mischzeit komplett aufgelöst werden (Vorgaben der Zusatzstoffhersteller beachten). Die fertige Lake sollte im Temperaturbereich von 0 bis +2°C liegen. Eine automatisierte Lakeherstellung mit einem Lakemischer, bei dem alle Prozessschritte in einem geführten Programmablauf festgelegt sind und abgearbeitet werden, ist als optimal anzusehen. Der Vorteil gegenüber Scherbenais ist eine gleichbleibende Laketemperatur für reproduzierbare Lakerezepte. Bei eingespritztem Fleisch sollte eine Gewichtskontrolle vor und nach der Injektion stets zum Standardablauf gehören.

Was ist bei der Injektion zu beachten? Warum muss die Lake gefiltert werden?

Bei der Injektion von Fleisch können sich kleine Fleisch- oder Fettpartikel vom jeweiligen Fleischstück lösen oder Lakezutaten nicht komplett auflösen. Gibt es keine korrekte Lakefiltration, würden die Nadeln, mit denen die Lake ins Fleisch eingespritzt wird, sehr schnell verstopfen. Verstopfte oder schlecht gereinigte Nadeln können die Lake nicht ins Fleisch einspritzen, was Produktfehler zur Folge hat. Zum Beispiel: Fehler im Geschmack, grünliche oder graue Stellen durch schlechte Lakeverteilung, ein poriges Schnittbild – verursacht durch bakterielle Gasbildung. Um dem vorzubeugen, sollten die Nadeln nach jedem

Nutzungstag des Injektors gereinigt werden. Von Vorteil sind zwei Nadelsätze, die abwechselnd genutzt werden, so dass an jedem Produktionstag ein sauberer Satz Nadeln da ist. Injektionslaken sind stets am Tag der Herstellung restlos zu verarbeiten. Überlagerte Laken können Nachteile auf die Farbbildung (Abbau der Zusatzstoffe), Hygiene oder den Geschmack verursachen. Wichtig ist die Filterung der Lake in einem Lakebecken. So bleiben die Injektionsnadeln frei von Verunreinigungen und stellen sicher, dass immer die gewünschte Lakemenge in die Fleischstücke gelangt. Injektoren unserer Baureihe IMAX besitzen als Standard ein Reinigungsprogramm, das bei starken Verschmutzungen zur Zwischenreinigung der Nadeln eingesetzt werden kann bzw. die Endreinigung erleichtert. Die Nadelreinigung erfolgt nach dem Einlegen in Wasser mit Druckluft oder Ultraschall.

Welche Alternative zum Massieren in einem Tumbler bieten Sie an? Was sind die Vorteile dabei?

Das Massieren von eingespritztem Fleisch (ohne Knochen) kann statt in einem Tumbler (rotierende Trommel) in einem Massager (rotierendes Paddel) erfolgen. Beim Tumbler liegt die Befüllungskapazität i. d. R. bei 45 bis 50 %. Dadurch entsteht eine längere Bearbeitungszeit. Aufgrund des freien Volumens im Tumbler kann sich während der Bearbeitung eine Temperaturerhöhung des eingespritzten Fleisches ergeben. Das kann zu Nachteilen beim Eiweißaufschluss/Scheibenzusammenhalt oder mangelnder Wasserbindung führen. Alternativ bietet sich hier unsere Massieranlage MAX an, die mit ihren Paddeln einen unmittelbaren

Energieeintrag in die Fleischstücke erwirkt und so einen extra- und intramuskulären Eiweißaufschluss ermöglicht, mit Top-Scheibenzusammenhalt und -Schneideergebnissen. Mit einem gekühlten Behältermantel wird das Fleisch beim Massieren kontinuierlich im optimalen Temperaturbereich gehalten, was einen bestmöglichen Eiweißaufschluss sicherstellt und durch einen kontinuierlichen Prozess die Bearbeitungszeiten gering hält.

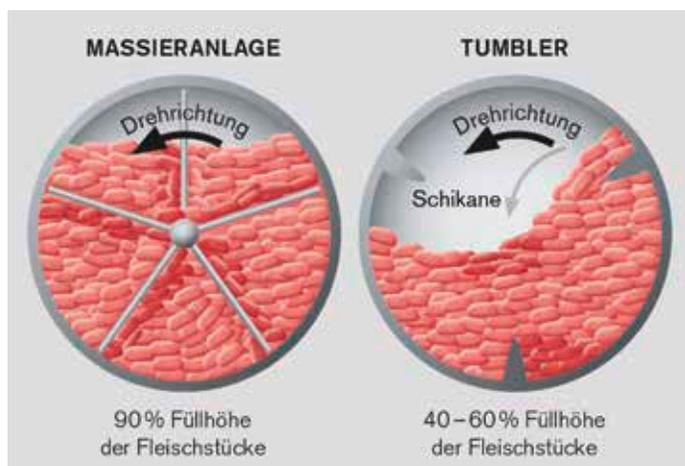
Allen MAX-Massieranlagen gemein ist eine Befüllungskapazität von bis zu 85 % und dadurch geringe Bearbeitungszeiten. Diese richten sich nach Fleischsorte, Teilstück, Einspritzmenge und Rezeptur. Nach dem Massieren oder Tumbeln soll das Fleisch nicht längere Zeit in den Behältern ruhen, sondern zeitig gefüllt oder in die Formen eingebracht werden.

Warum sind Kochschinken und -pökelwaren aus dem Handwerk so beliebt?

In der Herstellung davon spiegeln sich die Tugenden des Handwerks perfekt wider. Jeder Betrieb hat eigene Rezepturen, zum Teil schon seit Generationen. Vielfalt und Qualität gehen hier Hand in Hand, denn alle im Handwerk sind motiviert, stets das Beste zu geben. Kochschinken liegt dazu im Trend einer gesunden, fettarmen und proteinreichen Ernährung. Unser Metzgerhandwerk ist da seit vielen Jahren am Puls der Kunden, mit Beratung und einer Top-Qualität mit sehr vielen Varianten, egal ob klassischer Kochschinken, Ofen- oder Backschinken, regionale Spezialitäten oder weitere innovative Ideen. *mtH*

Vielen Dank für das Gespräch!

www.jbtc.com



Fotos: JBT Schröder Maschinenbau



Multivac/TVI

Professionell portionieren

Für das Portionieren von Fleisch- und Fleischwaren, z. B. Medallions, Schnitzeln, Rouladen, Carpaccio, größeren Bratenstücken mit oder ohne Knochen von Schwein, Lamm oder Kalb, eignet sich das Portioniersystem GMS 400, eine Neuentwicklung von Multivac und TVI. Die Einstiegslösung für mittelgroße Fleischereien punktet durch eine flexible 3D-Verpressung der Ware. So passt sich das System noch besser als zuvor an unterschiedliche Größen und Formen der Rohprodukte an. Durch die Formgebung entsteht ein gleichförmiger Querschnitt über die gesamte Produktlänge, so dass sich über das ganze Fleischteil hinweg bei maximaler Produktausbeute gleichmäßig große und dicke Scheiben schneiden lassen. Je nach gewünschter Formgebung und Qualitätsansprüchen kann der An- und Abschnitt fast komplett eliminiert werden. Eine große Produktvielfalt ist mit wenigen Formensätzen in kürzester Zeit zu bewältigen.

www.tvi-gmbh.de



Miele

Tankspüler schonen Spülgut

Die vier Tankuntertisch-Spülmaschinen von Miele liefern laut Hersteller perfekte Reinigungsergebnisse – und bewältigen mit bis zu 77 Körben pro Stunde große Mengen an Spülgut. Die Programme wurden auf die speziellen Anforderungen

des jeweiligen Spülgutes und deren Verschmutzungen abgestimmt. Variable Spüldrücke und Laufzeiten sowie eine flexible Dosierung sorgen dabei laut dem Hersteller für eine optimale Reinigung bei einer maximalen Schonung des Spülgutes. Die Kurzprogramme sind nach 47 bzw. 55 Sekunden beendet. Sicherheitsfunktionen wie eine integrierte Spülarmüberwachung und Siebkontrolle erkennen mögliche Störungen frühzeitig und zeigen sie im Display an. Dank einer Spülraumtiefe von über 60 cm lässt sich das Modell PTD 704 auch für großes und sperriges Spülgut nutzen, etwa für Tablett, Transportboxen und Euronorm-Behälter. www.miele.de

Fotos: TVI Entwicklung & Produktion/Multivac, Miele & Cie



IMMER DAS OPTIMALE VON ANFANG AN

Vakuum-Einstiegsmodell mit großem Funktionsumfang

Perfekt geeignet für handwerkliche u. kleiner Produktionsstätten

Verbrauchsoptimierte elektronische Antriebe für energieeffizienten Einsatz

IFFA

Besuchen Sie uns!
Messe Frankfurt
14.- 19. Mai 2022
Halle: 8.0
Stand: D44/E39

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

K+G WETTER

www.kgwetter.de



Die Metzgerei Gustav Winterhalter vertraut seit Generationen auf Skinner, Schneidemaschinen und Eiserzeuger von Maja. Seit Sommer 2021 erleichtert der Portionsschneider I-Cut 11 die Verarbeitung von Frischfleisch.

OB SCHNITZEL ODER STEAKS



Man arbeitet eng mit hiesigen Landwirten zusammen, schlachtet selbst und setzt auf hochwertige regionale Zutaten und absolute Frische, die durch Fachpersonal täglich geprüft wird. Alle Produkte, die an zehn eigenen Verkaufsstandorten im Umkreis von 30 km um das Stammhaus vertrieben werden, werden selbst hergestellt.

Die Metzgerei ist bekannt für ihr Spezialitätensortiment an Rohwurstprodukten, z. B. Salami, aber auch Rohschinken-Spezialitäten wie Schwarzwälder Schinken oder ihr luftgetrockneter Elztalschinken. Außerdem umfasst das Angebot Kochschinkenprodukte vom klassischen Hinterschinken bis hin zu Back- oder Kernrauchschinken, hinzu kommen Brühwürste in allen Variationen vom Wienerle bis zur Pfefferlyoner, sowie Kochwurst wie Schwarzwurst und Cranberry-Leberwurst u.v.m. Die Kundschaft der Metzgerei sind

Der Slogan „Bestes aus unserer Heimat“ und das Bild einer Schwarzwälder Dame mit rotem Bollenhut springen einem auf der Website der Metzgerei aus Elzach ins Auge. Das Traditionsunternehmen wur-

de 1856 gegründet und jüngst von der Handwerkskammer Freiburg zum „Handwerksunternehmen des Jahres 2021“ gekürt. Seit 2018 leitet Sebastian Winterhalter in zehnter Generation die Geschicke des Familienbetriebs.

◀ Mit der I-Cut 11 von Marel werden täglich mehrere hundert Kilogramm Frischfleisch zu gleichmäßig portionierten Schnitzeln und Steaks verarbeitet.

► In der Metzgerei in Elzach stellt das Team von Sebastian Winterhalter eine ganze Reihe von Schwarzwälder Spezialitäten her.



hauptsächlich qualitätsbewusste Verbraucher, die gezielt die Fachgeschäfte dieses Traditionsmetzgers besuchen und dort regionale Fleisch- und Wurstwaren einkaufen.

PRAKTISCH VORPORTIONIERT

Seit 2018 gehört die Maja-Maschinenfabrik zum internationalen Marel-Konzern. In der Produktion gibt es etwa einen Scherbeneisenerzeuger des Typs Maja RVH 800, dessen Eis für Brühwurst zum Einsatz kommt, um das Brät beim Kuttern zu kühlen. „Diese Maschine ist sehr standfest und zuverlässig. Die Hygiene ist ebenso sehr gut,“ lobt Sebastian Winterhalter. Seit Juni 2021 ist die I-Cut 11 von Marel zum automatischen Portionieren von Schnitzeln und Steaks vom Schwein sowie zur Herstellung von Rinderhüftsteaks im Einsatz.

Die Nachfrage nach portioniertem Frischfleisch schwankt in der Metzgerei je nach Jahreszeit, so dass täglich bis zu 400 kg geschnitten werden. „Früher hab wir alles manuell geschnitten, Schnitzel, Steaks und Cordon Bleu. Mit der vorportionierten Ware beliefern wir vor allem unsere Filialen. Als wir uns zur Automatisierung

entschieden haben, war es unser Ziel, dass wir größere Mengen möglichst exakt und schnell schneiden können und dass die Maschine für unsere unterschiedlichen Produkte einsetzbar ist. Dafür war eine hohe Flexibilität beim Portionswechsel wichtig und dass sich die Maschine zwischen den Arbeitsprozessen gut reinigen lässt. Natürlich sahen wir durch die Genauigkeit der I-Cut 11 auch Chancen, unser Give-away zu optimieren“, erläutert der Fleischermeister.

PROZESSE AUTOMATISIEREN

Das automatisierte Schneiden bietet auch für die Kunden entscheidende Vorteile. Denn nun werden ihnen immer die gleichen Steaks oder Schnitzel angeboten. „In die Zukunft gedacht, können wir diese auch egalisiert anbieten. Die Genauigkeit und die gleichbleibende Größe der Fleischportionen kommen gut an. Da wieder mehr gekocht wird, steigt auch die Nachfrage an vorbereiteten, veredelten Produkten, die der Kunde zu Hause mit geringem Aufwand zubereiten kann, z. B. Sauer-braten, panierte Schnitzel usw.“, ergänzt er. Doch

nicht nur für das Verkaufssortiment bietet die Automatisierung des Portionsschneidens Vorteile. Auch im Hinblick auf den Fachkräftemangel ist es vorteilhaft, wenn simple Prozesse wie das Schneiden einheitlicher Fleischportionen ohne Fachpersonal automatisiert werden können. „Denn eine der bestimmenden Herausforderungen unserer Zeit ist die Gewinnung von Fachkräften sowie ihre Bindung ans Unternehmen“, ist sich Sebastian Winterhalter sicher.

Die Tatsache, dass die Marel-Technik vorab im Echtbetrieb besichtigt werden konnte, erleichterte die Entscheidung zur Investition in den I-Cut 11. Zudem ist die Metzgerei nur 70 km vom Maja-Standort entfernt. Durch die partnerschaftliche Zusammenarbeit lag es nahe, die Funktion und die Schneidergebnisse mit den eigenen Rohstoffen beim Hersteller zu testen. Die Flexibilität, mit der von einem Produkt zum nächsten gewechselt werden kann, war ausschlaggebend dafür, dass sich Sebastian Winterhalter für diese Technik entschieden hat. www.metzgerei-winterhalter.de www.marel.com/maja

Fotos: Metzgerei Gustav Winterhalter

Qualität macht keine Kompromisse. Erst recht nicht bei der Reinheit.

Miele Professional. Immer Besser.



Als Metzger bieten Sie jeden Tag beste Qualität – und begeistern mit dem Mehr an Leistung: Ein Lächeln, persönlicher Service und sichtbar erstklassige Reinheit lassen Ihre Kunden gern auch morgen wiederkommen.

- Perfekte Wäschepflege mit den Kleinen Riesen
- Waschen und Trocknen in unter 90 Minuten
 - Spezialprogramme für fettverschmutzte Wäsche

- Effektives Geschirrspülen mit den Tank-Spülmaschinen
- Schnell und gründlich mit hochentwickelter Spültechnik
 - Spülraum für jeden Bedarf, z. B. für EN-Behälter

Darauf können Sie sich verlassen: Hygiene mit Miele Professional

Info: 0800 22 44 644
www.miele-professional.de

ONLINE MEHR ALS AKTIV SEIN

Keine Social Media, keine Homepage: Viele Kleinunternehmer meiden den digitalen Kundenkontakt. Fast jeder dritte Betrieb hat keine Internetpräsenz und verschenkt Potenzial.

Oft war in den vergangenen Monaten in den Medien zu lesen, dass die Corona-Pandemie hierzuland einen Digitalisierungsschub ausgelöst habe. Eine repräsentative Online-umfrage von Forsa im Auftrag von Gelbe Seiten ergab aber, dass viele kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) immer noch Social-Media-Kanäle meiden. 71 % von 300 befragten KMU verschiedener Branchen argumentierten, ihnen reichten übliche Werbeformen aus. Fast jeder dritte Betrieb verzichtet sogar auf einen eigenen Internet-auftritt.

Obwohl über 50 % der befragten Unternehmen wissen, dass eine eigene Website und soziale Medien bei der Kundengewinnung und -betreuung unterstützen und gut funktionieren können, schrecken viele davor zurück. Die Gründe dafür sind vielfältig: 41 % klagen über fehlende Kapazitäten, 29 % über das nötige Wissen und 14 % verweisen auf die Kosten. „Kleine und mittelständische Unternehmen laufen damit Gefahr, Chancen durch den digitalen Kundenkontakt zu verspielen und sich von anderen Wettbewerbern, die Facebook, Twitter & Co. nutzen und die einfache Kontaktaufnahme über die eigene Website anbieten, abzuheben“, sagt Andreas Karasek, Geschäftsführer der Agentur SEM Berater.

POSITIVE EFFEKTE

In allen Branchen zeigt sich erhebliches Ausbaupotenzial, wenn es darum geht, sich bei

Verbrauchern zu positionieren. Auf die Frage, wie gut Unternehmen soziale Medien für sich nutzen, beurteilten immerhin 51 % der Befragten die Auftritte von Gastron-



Andreas Karasek, SEM Berater

„weniger gut“ oder „schlecht“ bewertet. Vor allem Handwerker (48 %), Ärzte und Physiotherapeuten (46 %), Friseure und Gartenbaubetriebe (je 43 %) schnitten bei der Befragung schlecht ab. „Unternehmer müssen sich bewusster werden, dass Kunden zunehmend digitale Kanäle zur Suche nach Produkten und Dienstleistungen nutzen und Angebote

wie Webshops, Online-Terminvergabe, Kunden-Chats oder digitale Beratung auch immer öfter erwarten“, sagt Andreas Karasek. Während der Pandemie gewannen soziale Medien als Informationskanal deutlich an Bedeutung. Der digitale Dialog wird gerade unter schwierigen Rahmenbedingungen sehr positiv bewertet und kann sich somit positiv auf das Geschäft auswirken.

Oft nutzen Verbraucher die Internetpräsenzen auch, um zunächst zu recherchieren und später vor Ort zu kaufen. Doch das gelingt nur, wenn Kunden auch Informationen online finden. „KMU sollten sofort in eine eigene Internetpräsenz und digitale Kanäle investieren. Dabei müssen die Werbeausgaben auch nicht immer hoch sein. Der Schlüssel zum Erfolg liegt also nicht in hohen Budgets, sondern in der Professionalität der Kampagnen-Einrichtung sowie einer effizienten Werbestrategie.

Es gibt Anbieter, die bei der Erstellung und Betreuung von Websites oder Social-Media-Kanälen zu Festpreisen unterstützen, sodass kleine Betriebe und Selbstständige jederzeit den Überblick darüber haben, welche Kosten sie erwarten“, resümiert der Online-Marketing-Spezialist. www.sem-berater.de



men als „sehr gut“ oder „eher gut“ – im Lebensmittel- sowie dem Textil- und Modehandel waren es noch 42 %. Hier finden Verbraucher immer häufiger detaillierte Informationen, Speisekarten oder auch Webshops. Andere Branchen wurden hingegen als

IFFA

14. – 19. Mai 2022, Frankfurt
Stand A02 + A05 + A06, Halle 8
» **BESUCHEN SIE UNS!**

Seydelmann



Ein Traumpaar: Seydelmann Hochleistungskutter und Hochleistungswölfe



Hochleistungskutter K 60 AC-8 und Standardwolf WD 114



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**

Sponsor



★ ★ ★

Ein Traumpaar

Seydelmann Hochleistungskutter und Hochleistungswölfe



Standardwolf WD 114

VORTEILE

SEYDELMANN STANDARDWÖLFE

- Besonders geeignet zur Zerkleinerung von frischem, angefrorenem und gekochtem Fleisch und anderen Lebensmittelprodukten
- Hohe Stundenleistungen und klares Schnittbild
- 2-tourige Arbeitsschnecke
- Großer, quadratischer Einfüllschacht zur Aufnahme größerer Fleischstücke
- Hygienic Design in allen Details: komplett rostfreier Maschinenständer, eingelassene Abdeckungen, polierte Oberflächen



VORTEILE

SEYDELMANN HOCHLEISTUNGSKUTTER

- Frequenzgeregelter, stufenloser Antrieb AC-8 mit 6 Vorwärts- und 2 Rückwärts-geschwindigkeiten
- Hochgeschwindigkeit für besten Eiweißauf-schluss, hohe Feinheit und beste Bindung
- Strömungsdynamischer Schneidraum zur optimalen Verarbeitung von Roh- und Brühwurst ohne Produktanhaftung in der Messerhaube
- Ergonomische Kniehebelschalter und Deckelhubunterstützung, auf Wunsch mit E2-Kisten-Beladung
- Hygienic Design in allen Details: komplett rostfreier Maschinenständer, eingelassene Abdeckungen, polierte Oberflächen, Reinigungsluken



Hochleistungskutter K 60 AC-8



E-MOBILE ALS ALTERNATIVE

Das Angebot leiser Elektro-Transporter boomt. Namhafte Markenhersteller führen immer mehr Modelle ein. Auch für Handwerksbetriebe können diese Nutzfahrzeuge sinnvoll sein.

Diese Transporter – auch mit entsprechenden Kühlaufbauten erhältlich – können auch für Gewerbetreibende eine interessante Alternative zum bisherigen Fahrzeugangebot sein. Ob die leisen Lieferwagen aber langfristig eine Option für mittelständische und kleinere Betriebe sein können, muss sich noch zeigen. Bereits 2014 suchte die Deutsche Post DHL Group einen Lieferanten für elektrische Paketautos und wurde – aus der Not heraus, da es von bekannten Herstellern keines gab – bei der Aachener Streetscooter GmbH fündig. 2020 stieg man dort aber wieder aus.

Bei der großen Mehrheit der Lieferfahrzeuge kommt aber immer

noch Diesel in den Tank, was die Norm Euro 6 keineswegs erfüllt. Daher investieren auch etablierte Automobilkonzerne angesichts verschärfter Vorgaben zum CO₂-Ausstoß und möglicher Einfahrverbote für Verbrennerlieferwagen in Innenstädte in die E-Mobilität und versprechen sich ein gutes Geschäft. Nach PKW und Bussen kommen immer mehr E-Mobile auf den Markt, die sich auch für Handwerker eignen. Die Nachfrage nach strombetriebenen Nutzfahrzeugen dürfte laut ADAC in den kommenden Jahren weiter steigen.

EINIGE VORTEILE

Sicher, Elektro-Nutzfahrzeuge sind nicht billig, das sind E-Autos für

den Privatgebrauch auch nicht. Doch es gibt immer wieder staatliche Förderungen für E-Transporter, z. B. von der KfW-Förderbank. Welche Elektroautos eine Förderung erhalten, verrät die Liste der förderfähigen Fahrzeuge des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (www.bafa.de). Auch manche Energieversorger und Kommunen stellen Fördermittel zum Erwerb von E-Autos bereit. Zudem offerieren Versicherungsunternehmen Kfz-Tarife mit lukrativen Öko-Boni.

Auch bei den Betriebskosten sind E-Transporter laut www.smarterfahren.de günstiger. Darunter fallen Kraftstoff, Service, Wartung und Reparaturen. Sie können

von günstigen Strompreisen für Gewerbekunden profitieren, der etwa 2020 nach Berechnungen des BDEW (Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft) im Schnitt bei 16,22 Cent/kWh lag und das Fahren preiswerter als mit üblichem Sprit macht. Der VW e-load up etwa braucht rund



Winter Kühlfahrzeuge®

www.winter-kuehlfahrzeuge.de



Kerstner



Winter Fahrzeugtechnik



Humbaur

12 kWh, der Kastenwagen Nissan e-NV200 etwa 17 kWh Strom pro 100 km. Da Elektromotoren weder Motoröl- und Filterwechsel, Kupplung oder Auspuff benötigen, sind diese Fahrzeuge auch weniger wartungs- und reperaturintensiv. Regelmäßige Fahrten damit sind ein Vorteil, denn je mehr Kilometer ein E-Auto zurücklegt, desto

schneller amortisiert sich die Anschaffung gegenüber Benzinern und Dieseln. Ein ADAC-Kostenvergleich zeigt, dass E-Fahrzeuge einige ihrer Pendanten mit Verbrennungsmotor schon überholt haben.

Einige Beispiele

Bei Mercedes-Benz Vans eignet sich z. B. der eVito mit Kühlaufbau für

den Transport temperaturempfindlicher Ware wie Lebensmittel. Wurden bisher eine autarke Zusatzbatterie oder passive Methoden wie Kühlpads oder Trockeneis zum Temperieren der Ware verwendet, basiert die technische Konzeption nun auf der Idee, die im eVito vorhandene elektrische Energie auch für die aktive Kühlung zu nutzen.

Ans Bordnetz angebunden ist die Kühlanlage C106EA des Mercedes-Partners Kerstner. Die als Energiequelle nötige Zusatzbatterie mit 1,2 kWh konnte so um das Drei- bis Vierfache schrumpfen. Auch die Ladedauer mit ca. 70 Minuten von 0 auf 100 % bleibt gleich. Das Fahrzeug hat drei Betriebsmodi, die eine durchgängige Kühlung während des gesamten Auslieferprozesses gewährleisten – bei Vorkühlung, Anfahrt zum Kunden (Filiale) und während der Zustellung. „Wir haben das Fahrzeug mehrere Monate im Echtbetrieb mit unserem Kunden, dem Kochboxen-Anbieter Hellofresh, getestet“, sagt Pascal Junkersdorf, der Kundenanforderungen bei temperaturegeführten Transporten bei Mercedes-Benz Vans umsetzt. Dabei wurde festgestellt, dass trotz bis zu 50 Türöffnungen pro Zustelltour keine Einbußen bei der Kühlung von 10°C zu verzeichnen waren. Auch die Batterie mit 35 kWh nutzbarer Kapazität erledigte das Tagespensum mühelos. Abhängig von Fahrweise und

Topografie schafft das Fahrzeug etwas über 120 km.

E-Mobile, die gekühlte Ware transportieren, benötigen eine autark betriebene Kühllösung, um die Reichweite des Fahrzeugs nicht zu limitieren. Seit 2016 entwickelt TBV Kühlfahrzeuge elektrisch betriebene Kühlanlagen – damals für konventionell betriebene Fahrzeuge. Das erworbene Know-how floss in die Weiterentwicklung für Lösungen für E-Transporter ein. Für Kastenwagen, etwa den eVito, bietet das Unternehmen eine Kühlanlage an, die Temperaturen von 2 bis 7°C über einen Zeitraum von drei bis sechs Stunden hält. Betrieben wird diese durch einen eigenen Lithium-Akku, der meist geschützt in der Fahrgastzelle platziert ist. Das Batteriemangement und technische Komponenten sind platzsparend verbaut. Die Entwicklung leistungsstärkerer Akkus bzw. die Erhöhung der Akkukapazitäten lässt sogar Tiefkühltemperaturen zu. Optional lässt sich die Kühldauer oder -kapazität durch auf dem Dach installierte PV-Paneele/Solarmodule verlängern. Diese werden flach und geschützt obenauf montiert und ergänzen so den autarken Kühlbetrieb.

Auch das Kühltransporter-Kompetenz-Zentrum der Senger Gruppe hat seine Palette im Bereich Frischdienst und Tiefkühler um e-Mobility-Lösungen erweitert. Die Spezialisten um Markus Kemme, Leiter Kühltransporter, fügten dem Port-

Fotos: Kerstner, Winter Fahrzeugtechnik, Humbaur

Zukunft schon heute
Kühlfahrzeuge von TBV

Nachhaltige Logistik mit elektrisch betriebener Kühlanlage für Elektrofahrzeuge vom Kastenwagen bis hin zu 26t.

Ihre Profis für Kühlkoffer und Fahrzeugisolierungen
☎ 07852 9179-0 www.tbv-kuehlfahrzeuge.de

**TRANSPORTIEREN,
KÜHLEN,
VERKAUFEN.**

WÖRMANN
www.woermann.eu

**2000 Anhänger
500 Gebrauchte**
FÜR ALLE EINBAUZEICHEN.

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



TBV Kühlfahrzeuge



Senger Kühltransporter

folio zusätzliche Multitemperatur-Versionen (zwei Kammern) hinzu. Diese basieren auf zu 100 % elektrischen Mercedes-Benz-, VW- und Fiat-Transportern. Es gibt sie in Form von Kühlkastenwagen oder Kühlkofferaufbauten als Komplettfahrzeuge aus einer Hand.

Die E-Mobile verfügen über vier verschiedene Kühlaggregate-Pufferbatterien, die je nach Version eine autarke Laufzeit von bis zu 20 Stunden ermöglichen. Dabei bleiben die Reichweiten der Fahrzeuge, die bis zu 300 km umfassen können, ebenso wie der großzügige, isolierte Laderaum, vollumfänglich erhalten. Durch die gewichtsoptimierte Bauweise können – je nach Modell – bis zu 1.500 kg Restnutzlast verwirklicht werden.

Pro Jahr rüstet Winter Fahrzeugtechnik aus Eichenzell bei Fulda rund 800 Transporter für die Beförderung temperaturempfindlicher Waren um. Zu einem grünen und smarten Transport zählt neben einem elektrobetriebenen Basisfahrzeug ein elektrisch und autark betriebenes Kühlsystem, das sich nicht auf die Reichweite des Basisfahrzeugs auswirkt. Dafür entwickelte das Unternehmen verschiedene Batterielösungen. Der Umfang jedes Batterie-Packages wird für den speziellen Einsatzzweck angepasst. So wird jedem Kunden eine für ihn passende Batterie-Lösung angeboten. Der Fokus ist auf die

persönliche Bedarfsanalyse ausgerichtet. Mit dem individuellen Ausbau, der branchenspezifischen Ausstattung und dem passenden Batterie Management-System wird der Transporter zu einem zuverlässigen Wegbegleiter. Neu ist, dass die Montage der Batterielösungen für viele Fahrzeugmodelle ohne Laderaumverlust möglich ist.

ANHÄNGER UND AUFBAU

Wert auf Vielfalt und Kundenwünsche legt Humbaur beim 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 Kofferaanhangler 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-Tracker HK Tandem ermöglicht den Transport von Waren unter 0°C. Dafür verfügt er über einem 80 mm starken Boden mit Hartschaumkern. Die Kofferaufbauten FlexBox für Kühlung (Cool) und Tiefkühlung (Freeze) gibt es etwa für den Fiat Ducato mit Erdgasantrieb als Basisfahrzeug. Das Kernstück dabei ist die vollelektrische Transportkühlanlage TE30 von Mitsubishi mit 3.019 W Kälteleistung.

Dank dazugehörigem Batteriespeicher kann der vorgekühlte Laderaum bis zu sechs Stunden autark gekühlt werden. Zudem gibt es eine Auswahl an Zubehör für individuelle Bedürfnisse. Das Unternehmen fertigt Kofferaufbauten nach Kundenwunsch. Auch Rollcontainer, E2-Kisten und Paletten können auf diese Weise immer ausreichend gut gekühlt transportiert werden.

Nützliche Links

- www.bafa.de
- www.humbaur.com
- www.kerstner.de
- www.mercedes-benz.de
- www.senger-kuehltransporter.de
- www.smarter-fahren.de
- www.tbv-kuehlfahrzeuge.de
- www.winter-kuehlfahrzeuge.de

Fotos: TBV Kühlfahrzeuge, Senger Gruppe



ZARTUNDFRISCH HUMBAUR AUFDENTISCH

QUALITÄT SICHER TRANSPORTIERT

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



pH-Messung leicht gemacht

Ab sofort bietet **Dostmann electronic** pH-Messgeräte im Taschenformat an: PH-Check S ist leicht und schnell kalibrierbar und mit der robusten Einstechspitze für Messungen in Fleisch, Wurst, Schinken, Käse und anderen festen bzw. flüssigen Stoffen geeignet. Das zweizeilige Display zeigt neben pH die Proben temperatur an. Die Temperaturkompensation (ATC) erfolgt automatisch, eine extra Eingabe der Bezugstemperatur entfällt. Eine Sensorkappe mit Aufbewahrungsflüssigkeit schützt die Elektrode vor Austrocknung. Das Messgerät ist IP65-spritzwassergeschützt. Es lassen sich bis zu drei Messpunkte (pH4, pH7 und pH10) kalibrieren. Die jeweilige Kalibrierlösung wird automatisch erkannt. Das Instrument misst von 0,00 bis 14,00 pH (Genauigkeit $\pm 0,1$ pH) und von 0 bis 60°C Temperatur (Genauigkeit $\pm 1,0$ °C). Die Spannungsversorgung erfolgt über mitgelieferte zwei 3 Volt-Batterien. Zu dem 59 g schweren Gerät (\varnothing 35 mm x L 225 mm) gibt es verschiedene Kalibrierlösungen, Aufbewahrungsflüssigkeit sowie Reinigungsflüssigkeiten. www.dostmann-electronic.de



Füller für Events

Auch handbetriebene Tischwurstfüller zählen zum umfangreichen Sortiment von **Friedr. Dick**. Nun wurde der transportable Hausschlachterfüller mit 6,8 l Fassungsvermögen überarbeitet. Er ist leicht am Tisch zu befestigen und in der Grundkonstruktion robust und standfest wie sein Vorgänger. Neu ist, dass er durch die geschlossene Konstruktion und den zusätzlichen Korrosionsschutz an Zahnrädern und Seitenstangen noch hygienischer ist. Das Befüllen geht durch den herausnehmbaren Zylinder einfach, ebenso wie die Reinigung. Durch die polierte Innenseite des Zylinders lässt sich der Kolben reibungs- und rückstandslos nach unten kurbeln. Das Füllrohr wird beim Zurückfahren des Kolbens leergesaugt. Die Grundausstattung enthält einen Satz von vier verschiedenen Füllrohren aus Kunststoff. Als Zubehör gibt es einen Füllrohr-Satz aus Edelstahl. www.dick.de

Drucker integriert

Für Hofläden und Marktstände eignet sich die Weiterentwicklung der Ladenwaage LPP mit Bondrucker von **DEW – Waagen & Systeme**. Die LPP II weist Zahlbetrag und Wechselgeld aus. Für sie besteht keine Pflicht zur Aufrüstung mit einem Fiskalspeicher sowie einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (TSE). Damit ergänzt sie eine offene Ladenkasse. Die Waage verfügt über keine Datenspeicherung, die eine solche Aufrüstung zur Pflicht macht. Nur für den aktuellen Vorgang werden Preis und Gewicht angezeigt und ausgedruckt. Sie kann von vier Verkäufern zugleich im Netz- oder Akkubetrieb bedient werden. Die Waage ist in den Wägebereichen 3/6 kg, 6/15 kg und 15/30 kg verfügbar. www.dew-waagen.de



Versteckter Genuss

Schwäbische Maultaschen gibt es in allerlei Varianten. Sie sind der Legende nach eine „fromme Schwindelei“: ob rein vegetarisch, mit Spinat, in Brühe serviert, „geschmälzt“ oder modern interpretiert. Klassisch gefüllt sind sie mit herzhaftem Fleischbrät. So soll ein Laienbruder im Zisterzienserklöster Maulbronn das in der Fastenzeit untersagte Fleisch in Teig eingewickelt haben, um es „vor den Augen des Herrgotts“ zu verstecken. Mit der Gewürz zubereitung Lucullus Maultaschen von **Frutarom Savory Solutions** mit dem Geschmack von Lauch, Muskat und Zwiebeln gelingen sie selbst Ungeübten. Grobe Gewürzbestandteil sorgen für Textur und eine Optik wie hausgemacht. Die Gewürz zubereitung eignet sich auch als Suppeneilage wie kleine Fleischklößchen. www.frutarom.eu

Ob für Salate, Snacks oder den Mittagstisch

Mit seinem vielfältigen Saucen-Sortiment verleiht **Homann Foodservice** Gerichten und Snacks die passende Würze. Von Mayonnaise inklusive veganer Alternative über Snack-Saucen, Salatdressings, eine Ketchup-Range bis hin zu Küchensaucen – jeweils in verschiedenen Bedarfsgrößen, von der Portionspackung bis zum 10-kg-Eimer. Die Küchensaucen sind ready-to-use, hitzestabil und durch ein minimiertes Warenrisiko ideal kalkulierbar. Neu bei den neun Salatdressings sind die Sorten American Art und Caesar. Neben klassischem Tomaten Ketchup gibt es exotische Varianten wie Curry Gewürz Ketchup oder Curry Ketchup Bombay. Die Snack-Saucen schließlich sind warm und kalt genießbar, backstabil und geben Profis so die Möglichkeit für eine trendsichere Abwechslung beim Thema Snacks. Viele Saucen enthalten keine Konservierungs- bzw. deklarierungspflichtige Zusatzstoffe oder Palmöl. www.homann-foodservice.de



Doppelt praktisch

Der Zwilling, eine Kombi-Maschine aus Kutter und Wolf von **K+G Wetter**, eignet sich für Betriebe mit wenig Platz. Es gibt sie nur noch bei diesem Hersteller. Ob Mettwurst, Salami oder Wiener – im Schneidmischer SM 45 gelingt das Brät dafür. Der Rohwurst-Messerkopf schneidet mit drei Messern ziehend – sauber und schonend. Der Feinbrät-Messerkopf produziert mit sechs glatten Messern feines Brühwurstbrät. Für universellen Einsatz eignet sich der Messerkopf mit sechs Standardmessern. Der integrierte Elektrowolf EW D114 liefert Hackfleisch, Mett oder die Basis für Burgerpatties. Die Schnecken-Geometrie garantiert einen kontinuierlichen Materialtransport und optimalen Druck für ein Wolfen ohne Quetschen. Verschiedene Schneidsätze stehen zur Wahl. www.kgwetter.de



Auch im Kühlhaus warm

Arbeitshandschuhe für viele Berufsgruppen führt **Wonder Grip** im Sortiment – auch für Berufe, die mit Lebensmitteln arbeiten. Die vom Unternehmen dafür entwickelte Nitril-Beschichtung gewährt einen sicheren Griff. Nitril-Handschuhe enthalten keine Weichmacher oder Latexproteine und werden für den Lebensmittelsektor empfohlen. Alle Handschuhe sind mit der TPDT Thermo-set Pre-curved-Technologie hergestellt, welche die natürliche Form der Hand nachbildet. So ergibt sich nicht nur eine gute Beweglichkeit der Hand, die Handschuhe können auch Muskel- und Gelenkerkrankungen vorbeugen. Ein Beispiel ist der Handschuh WG-538, der die Hände dank doppelter Beschichtung auch bei -20°C warmhält. www.wondergrip.com



Praktische Rohrbahnsysteme

Belieferte die **Höcker Gruppe** bisher vor allem Schlachthauseinrichter und Anlagenbauer im Rahmen von Großprojekten, steigen nun die Anfragen aus Kleinbetrieben. Das Sortiment umfasst kundenspezifische Rohrbahnlösungen, die leicht von einem örtlichen Metallbauer, Kältetechnikunternehmen oder Zimmereien installiert werden können. Um eine zeitsparende Fertigstellung der Rohrbahnanlage zu ermöglichen, verfügen die meisten Bauteile über Gewindebohrungen und werden durch einfaches Verschrauben miteinander verbunden. Für den mühelosen Übergang zwischen zwei Rohrenden sorgen spezielle Rohrbahnverbinder. Sicherungsschienen verhindern ein Herabfallen der Haken. www.hoecker.de



Fotos: K+G Wetter, Höcker Gruppe, Wonder Grip



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





Alternatives Doppel

Zwei Neuheiten für das Herstellen von Fleischalternativen hat **Beck Gewürze und Additive** im Portfolio. Das pulverförmige „VeggiWu“ eignet sich für die Produktion von vegetarischem Aufschnitt oder Würstchen. Der Einsatz ist einfach: das Präparat zusammen mit den restlichen Rezepturbestandteilen im Vakuumkutter auf höchster Geschwindigkeit zu einer homogenen Masse küttern, in Därme füllen, bis zu einer Kerntemperatur von etwa 85°C erhitzen und in Intervallen duschen – fertig ist die fleischlose, würzige Alternative. Das Beck Emulsan Gemüse SM ist mit seinen würzenden Zutaten für die Herstellung von vegetarischen Gemüseburgern, Patties, Bratwürstchen oder Cevapcici geeignet. Es wird im Kutter mit den Gemüsesorten und weiteren Zutaten vermischt und auf die gewünschte Körnung gebracht. In der Fritteuse oder der Pfanne entstehen aus der Masse saftige Burgerpatties ohne Fleisch. www.beck-gewuerze.de

Wursthaut abschneiden

An die menschliche Hand angepasst – egal ob Rechts- oder Linkshänder – ist „Pelle“, der praktische und spülmaschinenfeste Wursthautschneider von **Giesser**. Durch einen kräftigen Aufnahmearm kann er schnell und präzise an die Frischwurst angelegt und sicher geführt werden. Einfach auf die Wurst aufsetzen, die Haut leicht einstecken, nach links oder rechts über die Wurst drehen, seitlich einen Querschnitt durchführen und die Wursthülle abziehen. Die etwa 2,5 mm hohe Klinge aus hochwertigem Edelstahl von „Pelle“ ist beidseitig geschliffen und poliert. Die Schnittbreite beträgt 25 mm. Die restliche Wurst bleibt geschützt. So weist sie ein akkurates Schnittbild auf und lässt sich optimal in der Theke präsentieren. Graufärbung und Austrocknung durch unregelmäßigen und unpräzisen Abriss der Haut, unschöne Warenpräsentation sowie mögliche Verletzungsgefahren sind passé. www.giesser.de



Für SB-Waren

Im Modulsystem TopSpot to go von **Aichinger** lassen sich verzehrfertige To-go-Angebote verkaufsfördernd präsentieren. Die fahrbaren SB-Systemmöbel (1.477 mm hoch)

sind einzeln, im Verbund, an der Wand oder als Insel aufstellbar. Es gibt sie in den Größen 100 (1.054 mm x 630 mm x 1.477 mm) und 125 (1.360 mm x 630 mm x 1.477 mm). Die Fachböden enthalten Beleuchtungselemente. Verkleidet werden können die Möbel mit Dekorelementen (215 RAL-Farben). Das Modul TopSpot to go Cold (Energieeffizienzklasse D) bietet durch die stabile Lagertemperatursicherheit M1 eine hohe Warensicherheit, vor allem bei wärmeempfindlichen Salaten. Die Kerntemperatur ist von -1°C bis +5°C einstellbar. Ergänzend zu den Kühlmöbeln sind die im Design und in den Maßen identischen Module Ambient (trocken), Hot (heiß) und Hot & Steam (heiß und Dampf) in den Temperaturklassen M2 und H1 erhältlich. Bei Hot halten in die Fachböden integrierte Wärmeplatten und Wärmeleuchten die Produkte auf Temperatur. Bei Hot & Steam schützt Dampfschwadung die Ware vor dem Austrocknen. www.aichinger.de

Ein Drittel weniger Zucker

Vegan und glutenfrei ist der süße Hausmachersenf 30 % weniger Zucker von **Händlmaier**. Der Senf spricht so vor allem Menschen an, die sich kalorienbewusst ernähren möchten. Die besondere Rezeptur mit ihrer leichten Karamellnote und cremigen Konsistenz eignet sich zum Verfeinern von Dressings und Saucen, als Dip zu Käse oder ofenfrischen Brezn und natürlich als Begleitung zu traditionellem Leberkäse und klassischer Weißwurst. Wie bei allen Senfsorten garantiert das



Unternehmen nach eigenen Angaben eine sorgfältige Herstellung sowie eine hohe Produktqualität. Seit über 100 Jahren verwendet es nur beste Senfkörner, die den typischen Geschmack und das vollmundige Aroma des süßen Hausmachersenfes ausmachen. www.haendlmaier.de

Fotos: Beck Gewürze und Additive, Joh. Giesser Messerfabrik, Aichinger, Händlmaier Gruppe



Impressum 11. 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

Chefredakteur (verantwortlich i. S. d. P.):

Marco Theimer (mth) -150

Redaktion:

Christian Blümel (chb) -185

Autoren dieser Ausgabe:

Heike Sievers, Horst Buchmann

Anzeigen:

Bernd Moeser (Leitung) -200 Kilian Roth -246

Sebastian Lindner (Stv.) -215 Concetta Herion -240

Gerhild Burchardt -205 Rocco Mischok -220

Fritz Fischbacher -230

Herausgeberin: Annemarie Heinrichsdobler -100

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 24 vom 1.1.2022

Anzeigenabwicklung:

Birte Januschewski -260

Felix Hesse -261

Layout:

Michael Kohler -255

Liane Rosch -258

Rita Wildenauer -254

Lifeseins e.V.

Abonnentenbetreuung:

Basak Aktas (verantwortlich) (b.aktas@blmedien.de) -270

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 Abopreis für die Verbandsangehörigen des

Bayerischen Fleischerverbandes ist im Mitgliedsbeitrag

enthalten. Kündigungsfrist: Nur schriftlich drei Monate

vor dem Ende des berechneten Bezugsjahres.

Repro und Druck:

Alpha-Teamdruck GmbH, Haager Str. 9, 81671 München

Bankverbindung:

Commerzbank AG, Hilden

IBAN: DE 58 3004 0000 0652 2007 00

BIC: 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

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



Dry-Ager

EST. 2014
DRY-AGER
BUILT FOR BEEF

DAS ORIGINAL
Der Fleischreifeschrank für Metzger & Fleischer
WWW.DRY-AGER.COM

Fußbodensanierung

KEUTE
KUNSTHARZ-FUSSBODEN GMBH

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

Gewürze

Beck
Gewürze und Additive

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

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

Autoklaven

NEU!
Vollautomatische Steuerung!

reifen
dämpfen
garen
kochen
sterilisieren

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

Entsehnungsmaschinen und -anlagen

BAADER ///

BAADER Refiner
BAADERING means Value - Adding
The gentle method of product refinement.

Office: +49 461 59020
baader@baader.com
www.baader.com

GIP
dich
schlau!

www.gastroinfoportal.de
Das Branchenportal

INNOVATIVE GÜTEZUSÄTZE, GEWÜRZE UND MARINADEN DER EXTRAKLASSE

van-hees.com
VAN HEES
we know how

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

Eilige Anzeigen

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

Etiketten

Schäumermal 24
Tischapparat

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

Fleischereimaschinen

▲ Füllen
▲ Kuttern
▲ Wolfen

DUCKER REX
FLEISCHEREIMASCHINEN

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

EIN LEBEN VERÄNDERN!

Mit einer Patenschaft können Sie Kinderarbeit bekämpfen.



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



fleisch net.de

WWF

Hilf mit deiner Spende:
www.de/plastikflut

WWF-Spendenkonto:
IBAN DE06 5502 0500 0222 2222 22

STOPP DIE PLASTIK FLUT

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

Ladengestaltung



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



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

Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.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



Fachsenfelder Straße 33
D-73453 Abtsgmünd

Telefon 073 66/92096-0

Telefax 073 66/92096-99

www.renner-sht.de



Tumbler



Günther Maschinenbau GmbH

Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.de

Walzensteaker



Günther Maschinenbau GmbH

Einsteinstraße 3-5, D-64859 Eppertshausen
Tel: 0 60 71/ 9878-0, Fax 0 60 71/ 987825
Internet: www.guenther-maschinenbau.de
E-Mail: info@gmb-fm.de



Systemzubehör für Bedientheken



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

SORRY!

ABER WIR KÖNNEN NUR LECKER!

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

Euer carneo-Team

carneo®

Das Kundenmagazin des
Deutschen Fleischerhandwerks



Scan me

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

Zum anbeißen!

Lesen!
Nicht essen!

!!!



Schon immer cool. Jetzt ganz frisch.



Maximal flexibel

Clevere Aufbau­lösungen für Frischdienst-, Tiefkühl- und Getränketransporte

Kurzfristig verfügbar

Viele fertig konfigurierte Fahrzeuge für den schnellen Einsatz

Unschlagbar stark

Robuster Stahl­leiterra­hmen und bis zu 7,2 t zGM für hohe Tragfähigkeit

Der neue IVECO Daily

Optimierte Motoren, neues manuelles Getriebe, adaptive AIR-PRO-Luftfederung: Der neue Daily bringt Leistung und Effizienz auf das nächste Level – und Sie und Ihre Waren jederzeit zuverlässig ans Ziel. Jetzt einsteigen!

www.iveco.de

IVECO